

FACULTÉ DE DROIT DE L'UNIVERSITÉ DE BORDEAUX

ACTION COLLECTIVE
EN FAVEUR DU
TOURISME ÉTRANGER EN FRANCE

THÈSE POUR LE DOCTORAT
SOUTENUE DEVANT LA FACULTÉ DE DROIT DE BORDEAUX

le mardi 24 janvier 1933, à 4 h. 1/2 du soir,

PAR

M^{lle} M.-L. MONGINET

BORDEAUX

IMPRIMERIE-LIBRAIRIE DE L'UNIVERSITÉ

Y. CADORET, DELMAS, SUCCESSEUR

3-6, Place Saint-Christoly

1933



Digitized by the Internet Archive
in 2026

https://archive.org/details/IA41548616_0051

FACULTÉ DE DROIT DE L'UNIVERSITÉ DE BORDEAUX

ACTION COLLECTIVE
EN FAVEUR DU
TOURISME ÉTRANGER EN FRANCE

THÈSE POUR LE DOCTORAT

SOUTENUE DEVANT LA FACULTÉ DE DROIT DE BORDEAUX

le mardi 24 janvier 1933, à 4 h. 1/2 du soir,

PAR

M^{lle} M.-L. MONGINET

BORDEAUX

IMPRIMERIE-LIBRAIRIE DE L'UNIVERSITÉ

Y. CADORET, DELMAS, SUCESSEUR

3-6, Place Saint-Christoly

1933

FACULTÉ DE DROIT DE L'UNIVERSITÉ DE BORDEAUX

PROFESSEURS HONORAIRES :

- MM. SAUVAIRE-JOURDAN, ✱ I.; LESCURE, ✱ I., ✱;
DE BOECK, ✱, ✱ I.; NOAILLES, ✱ A.
- MM. FERRON, ✱, ✱ I., *Doyen*, professeur de *Droit commercial*.
BENZACAR, ✱, ✱ I., professeur d'*Economie politique*.
FERRADOU, ✱ I., *Assesseur du Doyen*, professeur d'*Histoire du droit* et chargé d'un cours d'*Histoire du droit privé* (Diplômes d'études supérieures).
MARIA, ✱ I., professeur de *Droit romain*.
MARGAT, ✱ I., professeur de *Droit civil* et chargé d'un cours de *Droit international privé* (Licence).
BONNECASE, ✱ I., professeur de *Droit civil* et chargé d'un cours de *Droit maritime* (3^e année).
PALMADE, ✱ A., ✱, professeur de *Droit civil*.
VIZIOZ, ✱ I., professeur de *Procédure civile* et chargé d'un cours de *Droit civil comparé* (Diplôme d'études supérieures).
BONNARD, ✱, ✱ I., ✱, professeur de *Droit administratif* et chargé d'un cours de *Droit constitutionnel comparé* (Diplôme d'études supérieures).
POPLAWSKI, ✱, ✱ I., professeur de *Droit criminel* et chargé d'un cours de *Législation industrielle*.
BOYÉ, ✱ A., ✱, professeur de *Droit romain*.
MOUNIER, ✱ I., professeur d'*Économie politique*, chargé d'un cours d'*Histoire des doctrines économiques* (Diplôme d'études supérieures).
BIBIÉ, ✱, ✱, professeur de *Droit international public*.
RÉGLADE, professeur de *Droit constitutionnel et administratif*.
GARRIGOU-LAGRANGE, professeur d'*Economie politique* et *Science financière*, chargé d'un cours de *Législation coloniale* (3^e année).
LABORDE-LACOSTE, ✱ I., professeur à la Faculté de droit d'Aix, chargé d'un cours de *Droit civil* (Licence), des cours de *Droit civil* (Capacité) et d'un cours d'*Enregistrement*.
HUBRECHT, ✱ A., agrégé, chargé d'un cours de *Droit romain* (Licence 1^e année), et d'un cours d'*Histoire du droit public* (Diplômes d'études supérieures).

- M. ARTIGUELONG, *Secrétaire*.
M^{me} COSTES, ✱ A., *Secrétaire adjointe*.
M^{me} SOUBIE, *Bibliothécaire*.

COMMISSION DE LA THÈSE

- MM. MOUNIER, professeur *Président*.
BONNARD, professeur } *Suffragants*.
GARRIGOU-LAGRANGE, professeur



ACTION COLLECTIVE

EN FAVEUR DU

TOURISME ÉTRANGER EN FRANCE

INTRODUCTION

L'IMPORTANCE ECONOMIQUE DU TOURISME

Si le goût des voyages a existé dès les temps les plus reculés, on peut cependant affirmer que le tourisme est surtout la caractéristique de notre époque qui seule lui a reconnu sa réelle valeur. Jadis, au temps où Littré le définissait : « la visite d'un pays par curiosité, par désœuvrement », le tourisme était tout au plus « l'art égoïste de bien voyager ». On le considère aujourd'hui, en raison de la valeur inestimable de son capital, de la haute importance économique de l'outillage qu'il représente et de la clientèle qu'il met en mouvement, comme une de nos principales et de nos plus productives industries nationales.

Sa valeur économique s'est dévoilée peu à peu à la faveur de circonstances exceptionnelles. Dans les années qui ont suivi la guerre de 1914, l'attrait de nos régions dé-

vastées, la baisse de notre change, suscitèrent la venue d'un nombre considérable d'étrangers. Les milliards dépensés en France par ces touristes de toutes nationalités profitèrent à toutes les branches de l'économie nationale et contribuèrent, dans une très large mesure, à rétablir l'équilibre de notre balance commerciale. On comprit alors que le tourisme international, encouragé et soutenu, devait devenir, pour un pays tel que le nôtre, si riche en beautés naturelles et monumentales, un facteur essentiel de richesse.

Le tourisme en effet est le générateur irremplaçable de tout un mouvement d'échanges. Il n'intéresse pas seulement les entreprises nées avec lui, en réalité son influence bienfaisante s'exerce sur toutes les formes du travail français.

Le touriste étranger n'est pas seulement, dit M. Borrel dans son rapport ⁽¹⁾ au Conseil supérieur du tourisme, « l'usager d'une chambre d'hôtel, le dîneur d'une table de restaurant, le passager d'un auto-car, le titulaire d'un billet de chemin de fer. Il ne contribue pas seulement à faire vivre et grandir l'industrie hôtelière, celle des transports et à soutenir les divers corps d'états auxquels ces industries font elles-mêmes appel ». « En réalité, dès qu'il a franchi la frontière et qu'il foule notre sol, tous nos commerces ont en lui un acheteur éventuel, vraisemblable pour beaucoup d'entre eux, probable pour plusieurs, certain pour quelques-uns. Et un acheteur généralement pourvu de moyens pécuniaires justifiant des dépenses élevées, interdites à la plupart des Français. » Les modestes industries locales aussi bien que l'industrie automobile,

(1) Session de décembre 1928, *Il faut à la France un budget de publicité.*

la mode, la couture, la bijouterie, la librairie, le commerce d'objets d'art et antiquités, retirent le plus grand profit de l'affluence des voyageurs étrangers.

Le tourisme joue donc un rôle « d'animateur ». C'est une « industrie-mère », une « industrie-clef ». Son développement ne se présente pas comme un facteur isolé de la prospérité du pays, il se répercute sur toutes les branches de l'activité nationale dont il accroît le rendement. Multipliant ainsi les faits générateurs d'impôts, production, consommation, circulation, il enrichit par là même le budget de l'Etat et celui des collectivités secondaires d'un énorme contingent d'impôts et de taxes.

Il a paru intéressant de rechercher dans quelles proportions les dépenses effectuées en France par le touriste étranger au cours de son séjour se répartissent entre les diverses branches du travail et de la production. M. le Docteur Cany, président de la Fédération des Syndicats d'initiative du Massif Central, a procédé à cette étude.

C'est ainsi que les 100 francs du touriste se dispersent de la façon suivante : 26 vont en achats divers; 20 à l'hôtel; 20 aux transports; 20 aux cafés, pâtisseries, théâtres, distractions diverses; 14 en taxis, trams, funiculaires, cartes postales, lettres, pourboires, imprévus.

En second lieu, sur 100 francs dépensés par le touriste uniquement à l'hôtel, l'hôtelier garde seulement 25 francs, soit le quart, pour faire face à ses frais généraux, amortir le capital engagé et en payer les intérêts et pour son bénéfice. Les trois quarts de la somme qu'il a reçue en paiement de ses services, soit 75 francs, il les remet à ses employés à titre de salaires, aux producteurs et à l'industrie en échange de matières premières et d'outillage, et enfin à l'Etat sous forme d'impôts et de taxes. Si bien

qu'en définitive ce ne sont point les industries et les commerces dont l'essor est étroitement lié à la prospérité du tourisme qui en retirent le plus grand profit, comme on aurait cependant pu le supposer. Selon M. Cany, les principaux bénéficiaires sont en effet, par ordre d'importance : les producteurs (agriculteurs, viticulteurs, horticulteurs), les ouvriers et employés, l'Etat, les industries diverses productrices de matériel, les commerçants non producteurs, enfin l'hôtelier.

Mais le tourisme ne contribue pas seulement à développer notre activité économique sous toutes ses formes, il exerce, en outre, une influence considérable sur notre balance des paiements. MM. Auscher et Forest définissent en effet le tourisme « un mécanisme d'exportation à l'intérieur », et dans les études relatives à la balance des comptes les dépenses des touristes étrangers en France figurent parmi ces facteurs invisibles qui viennent combler le déficit du commerce extérieur de notre pays, lui permettant ainsi de présenter une balance des comptes favorable.

Le touriste étranger, — et nous désignerons sous ce nom le voyageur qui séjourne quelque temps dans notre pays, hors de la mère patrie, pour son plaisir, son instruction, sa santé, règle ses dépenses, inévitables ou superflues, à l'aide de revenus personnels qu'il tire de son pays ou grâce aux fonds qui lui sont envoyés par son gouvernement. De telle sorte que tout achat de marchandises ou de services effectué par lui dans notre pays constitue une créance au profit de la France —, équivaut rigoureusement à une exportation. Il y a « exportation à l'intérieur » car l'objet acheté ne quitte pas le sol national, c'est le client qui vient à lui, contrairement à la règle normale de l'exportation qui veut que la marchandise aille vers le client. Ces pro-

duits que nous vendons « sur place » aux touristes étrangers, les objets de luxe, par exemple, ne figurant point, comme ceux qui font l'objet de notre commerce extérieur, sur les registres soigneusement tenus par l'Administration des douanes, méritent donc bien le qualificatif d' « exportations invisibles ».

Avant la guerre, en 1913, le déficit de la balance commerciale de la France s'élevait, d'après M. Meynial, à 1.724 millions de francs. Notre balance des comptes s'affirmait cependant créditrice, grâce aux éléments invisibles : gains de transports, d'assurances maritimes et de transit, qui nous procuraient une créance totale de 390 millions, et dépenses des touristes étrangers en France qui s'élevaient à 600 millions. Mais à cette époque, ce sont surtout les revenus considérables que nous rapportaient nos anciens placements à l'étranger qui conservaient à la France une balance des comptes créditrice et par là même un change favorable. Les intérêts sur placements de capitaux français à l'étranger atteignaient en effet, en 1913, le chiffre de 2.300 millions.

De 1914 à 1923, le déficit de notre balance commerciale reste immense. Pendant les années 1914 à 1918, nous avons dû importer pour les besoins de la guerre des produits chimiques, des produits alimentaires, des armes, des munitions. De plus, le maintien du franc tout auprès du pair dans les rapports internationaux, alors que le pouvoir d'achat de notre monnaie avait beaucoup baissé en France, a favorisé également nos importations. D'où le déficit considérable de la balance commerciale, qui se chiffre à 47.284 millions. Les reconstructions dans nos régions libérées et le relèvement de notre activité industrielle provoquent, en 1919, un excédent d'importations de 20.290 mil-

lions et, en 1920, un déficit commercial assez voisin du précédent, de 20.020 millions. A partir de cette date, les industries françaises reprenant de l'essor, ce renouveau d'activité vient augmenter le chiffre de nos exportations et restreindre celui des importations. Le déficit commercial tombe ainsi de 2.295 en 1921 à 2.252 en 1922, à 2.177 millions en 1923. Pendant les différentes années de cette période, l'équilibre de la balance des comptes a été réalisé de différentes manières. De 1914 à 1920, il a pu être obtenu grâce à des emprunts à long terme, à la vente de certaines de nos valeurs étrangères et surtout par l'intermédiaire d'importants crédits à court terme obtenus des banques étrangères. Pendant les années 1921, 1922, 1923, l'apport du tourisme a pu, à lui tout seul, combler le déficit de notre balance commerciale, contribuant ainsi dans une large mesure à assurer l'équilibre de notre balance des paiements internationaux (2).

	Déficit commercial.	Dépenses des touristes.
1921.....	2.295 millions.	2.800 millions.
1922.....	2.252 »	3.000 »
1923.....	2.177 »	4.000 »

En 1925 et 1926, l'industrie touristique française a connu une heure de prospérité magnifique, inespérée, qui, depuis cette époque, ne s'est plus renouvelée. Pour dégager le rôle prépondérant du trafic touristique, on ne peut donc trouver meilleur exemple que l'étude de la balance des comptes de la France au cours de ces deux années.

En 1925, la balance commerciale de la France laisse apparaître un excédent d'exportations de marchandises et

(2) Meynial, *Balance des comptes de la France* (Revue d'économie politique, 1925).

de métaux précieux qui atteint environ 1.400 millions de francs.

Le commerce de la France avec ses colonies, dont la monnaie d'échange est le franc, l'Indo-Chine exceptée, se solde également par un excédent d'exportations qui s'élève à 1.700 millions. Ce commerce ne nous rendant nullement créanciers de devises étrangères doit être retranché du commerce extérieur français qui se traduit ainsi par un excédent d'importations de 300 millions de francs.

Quant aux dépenses des touristes, elles sont évaluées de la façon suivante : d'après l'étude faite par M. Hoover sur la balance des comptes des Etats-Unis, les touristes américains auraient laissé en Europe, en 1925, 660 millions de dollars, ce qui, au cours moyen du dollar en 1925, représente la somme de 13.500 millions de francs, dont plus de la moitié, soit 7 milliards et demi, aurait été dépensée en France. De son côté, M. Meynial, se basant sur les statistiques des ports français (d'après lesquelles 1 million d'étrangers ont débarqué dans notre pays en 1925 et environ 800.000 d'entre eux y ont fait un séjour) et sur les renseignements fournis par les Syndicats hôteliers et les organismes de tourisme (qui fixent à 400 francs les dépenses journalières de chaque touriste et la durée moyenne de son séjour à quatre semaines), adopte pour la même année le chiffre un peu plus élevé de 9 milliards, chiffre cependant assez voisin de celui donné par M. Hoover (3).

D'après les statistiques dressées par l'Administration des douanes, nos exportations totales atteignent, en 1926, le chiffre de 59.534 millions et nos importations totales

(3) Meynial, *Balance des comptes de la France* (Revue d'économie politique, 1926).

celui de 59.514 millions avec un excédent d'exportations de 20 millions de francs. Ces chiffres englobent les importations et les exportations de métaux précieux, qui s'élèvent respectivement à 305 et 240 millions, d'où un excédent d'importations de 65 millions de francs et l'échange de marchandises de la France avec ses colonies. Pour connaître le commerce extérieur de notre pays en 1926 sous son véritable aspect, il faut donc retrancher des chiffres généraux précédents les échanges de marchandises de la métropole avec ses colonies et l'excédent d'importations de métaux précieux. Ainsi la balance commerciale de la France, en apparence créditrice de 20 millions, se trouve en réalité déficitaire de 2.483 millions de francs (4).

Les éléments invisibles de la balance des revenus, gains de fret, recettes d'intérêts et en particulier les dépenses des touristes, viennent heureusement compenser ce déficit. Ici deux facteurs, la baisse du change et le coût de la vie relativement bas, ont agi dans le sens d'une augmentation du nombre des touristes et de leurs dépenses.

D'une part, l'année 1926 a été marquée par une baisse considérable de notre franc : la livre sterling qui valait 125 francs au début de l'année est montée jusqu'à 240 en juillet et n'est redescendue à 160 qu'en octobre. D'autre part, le niveau des prix de détail est resté toujours en France au-dessous du niveau de l'étranger. En décembre, alors qu'il tendait à se rapprocher du niveau mondial moyen, l'indice de nos prix de détail était seulement de 599 à Paris soit 120 en or. A la même date M. Meynial cite l'indice 150 pour l'Allemagne, 169 pour l'Angleterre, 162 aux Etats-Unis, 179 au Pérou. Aussi la possibilité de

(4) Meynial, *Balance des comptes de la France* (Revue d'économie politique, 1927).

visiter à bon compte un pays tel que le nôtre a-t-elle exercé sur les étrangers, à cette époque, un attrait beaucoup plus considérable que l'Exposition internationale des arts décoratifs tenue à Paris l'année précédente. C'est vraisemblablement en 1926 que l'industrie touristique française a donné son rendement maximum. En 1925, 800.000 touristes étrangers environ ont séjourné en France, y laissant une somme approximative de 9 milliards, soit, à cette époque, 430 millions de dollars. Si, avec M. Meynial, nous adoptons ce même chiffre pour 1926, ce n'est plus à 9 milliards, mais bien au seul cours du change à cette date, à 13 milliards de francs, qu'il faut estimer l'apport du tourisme; et ce chiffre est certainement au-dessous de la vérité, car, en raison des circonstances anormales dont ils bénéficiaient, les étrangers sont venus beaucoup plus nombreux que l'année précédente.

Il ressort des tableaux dressés par M. Meynial que les gains de fret, d'assurances, de transit et les intérêts sur placements de capitaux à l'étranger, ont pu compenser en 1925 et 1926 les sommes rapatriées par les ouvriers étrangers, les paiements d'intérêts et les paiements du gouvernement, en un mot, les postes passifs autres que la balance commerciale. Les dépenses des touristes restent le chapitre le plus important parmi les éléments invisibles de la balance des revenus. Elles s'élèvent en effet, au cours de ces deux années, à 9 et 13 milliards tandis qu'aux mêmes dates les gains de fret, d'assurances, de transit et les intérêts sur placements français à l'étranger atteignent respectivement :

en 1925 : 2.200 millions, 250 millions, 150 millions, 3 milliards;
en 1926 : 3.750 millions, 500 millions, 4 milliards

Nous pouvons donc conclure que si la balance des comptes de la France se solde, en 1925, par un excédent créditeur de 10.500 millions et, en 1926, par un excédent également créditeur de 12.655 millions qui ont été employés à des placements de capitaux à l'étranger, c'est bien à l'apport considérable du tourisme que nous le devons.

En permettant à la France de présenter une balance des comptes favorable malgré la supériorité du chiffre des importations sur celui des exportations, le tourisme exerce, par voie de conséquence, une heureuse influence sur le cours du change. On n'ignore pas, en effet, que si un pays est en définitive plus créancier de l'étranger qu'il n'en est débiteur, le cours du change est favorable, il s'abaisse au-dessous du pair. Au contraire, si le pays est plus débiteur de l'étranger qu'il n'en est créancier, le cours du change est défavorable, il s'élève au-dessus du pair.

Telles sont les diverses considérations qui militent en France au même titre qu'en Suisse, en Italie ou en Allemagne en faveur d'une organisation méthodique du tourisme.

Le tourisme, a-t-on dit, « veut une France toujours plus belle et mieux organisée ». Il réclame la protection des sites contre le vandalisme, l'amélioration des moyens de transports, l'accroissement de la capacité réceptive de l'hôtellerie, la création du confort extérieur des localités.

Cette tâche d'aménagement du pays doit être complétée par la vulgarisation à l'étranger des multiples attraits de la France et par la réception accueillante des visiteurs qui répondent à notre appel.

L'idée générale de notre étude étant ainsi dégagée, nous envisagerons successivement en trois parties distinctes :

La sauvegarde et l'aménagement du patrimoine touristique;

Le perfectionnement de l'outillage touristique;

La politique du tourisme.

CHAPITRE PRELIMINAIRE

L'ORGANISATION GENERALE DU TOURISME FRANÇAIS

Sous les noms de tourisme actif, réceptif, officiel, se trouvent groupés tous les organismes qui concourent en France au développement du tourisme :

I. — Le *tourisme actif* est représenté par les associations dont les membres se livrent à la pratique du tourisme sous ses diverses formes. Il englobe : Le Touring-Club de France, le Club alpin de France et l'Automobile-Club de France.

Le *Club Alpin Français* (C. A. F.), fondé le 2 avril 1874, reconnu d'utilité publique par décret du 31 mars 1882, agréé par le ministère de la Guerre comme société d'éducation physique et de préparation au service militaire, a pour but de propager la connaissance des montagnes de France par des courses collectives, par des voyages, congrès, conférences, publications variées. Il facilite l'accès de la montagne par le tracé de sentiers, la construction de chalets-hôtels et de refuges. Ses nombreuses sections répandues sur tout le territoire président dans toutes les régions montagneuses de France aux manifestations d'été et d'hiver. Sous le contrôle du Club Alpin s'est formée la Fédération française de Ski, qui a dans ses attributions la juridiction du sport de ski; ses concours internationaux annuels offrent le plus vif intérêt en même temps qu'ils fournissent l'occasion de visiter nos divers centres

de sports d'hiver. Enfin les caravanes scolaires, écoles d'énergie et de santé physique et morale, complètent l'œuvre de cette association qui a pour devise : « Pour la patrie, par la montagne. »

Le *Touring-Club de France* (T. C. F.), fondé en 1890 et reconnu d'utilité publique par décret du 30 novembre 1907, a pour objet, le développement du tourisme en France et le perfectionnement des conditions de circulation, de visite et de séjour. A cet effet, il assure le jalonnement des routes au moyen de poteaux indicateurs de direction et signalisateurs d'obstacles; il concourt à l'amélioration des chaussées, il contribue à la conservation des vieux monuments et à la protection des sites et des paysages dont il facilite l'accès, ainsi qu'à la défense de nos forêts. Il édite des cartes, plans, itinéraires et guides routiers; il délivre des triptyques pour le passage en douanes et coopère au bien-être et au confort des hôtels.

L'*Automobile-Club de France* (A. C. F.), dont la fondation remonte à l'année 1895, a pour but le développement de l'automobilisme en France. Il s'occupe de toutes les questions sportives, touristiques, techniques, se rattachant à l'automobile. Ses diverses commissions s'occupent des questions relatives à la circulation générale et au tourisme national ou international, de l'organisation des concours et des courses automobiles, des études techniques se rapportant aux inventions ou aux perfectionnements intéressant les progrès de l'automobilisme. Il groupe sous son égide les automobiles-clubs régionaux, qui constituent la Fédération nationale des automobiles-Clubs. Enfin, il représente la France dans toutes les relations avec les automobiles-Clubs étrangers.

En 1920, les trois associations doyennes ont constitué entre elles l'*Union nationale des Associations de Tourisme* (U. N. A. T.). Ont adhéré à cette Union — des associations nationales : Aéro-Club de France, Club des Cent, la Fédération nationale des clubs automobiles, Ligue aéronautique, Union motocycliste, Union vélocipédique de France — des associations régionales : Club vosgien, la Fédération alpine dauphinoise, Société des excursionnistes marseillais, Nord touriste, Touring-Club de Syrie et du Liban.

II. Le *tourisme réceptif*. — Sa cellule élémentaire est le syndicat d'initiative (S. I.), qui poursuit par tous les moyens, dans un but patriotique et désintéressé, l'aménagement d'une localité ou d'une circonscription déterminée. Cet organisme groupe toutes les bonnes volontés sans se soucier des opinions politiques et religieuses, toutes les associations, sociétés, municipalités, départements, qui s'intéressent à un titre quelconque au développement du tourisme.

En 1913, à la veille de la guerre, il y avait en France un peu plus de cent cinquante groupements, qui, sous le nom de « syndicats d'initiative » ou de « comités locaux », procédaient avec ardeur, le plus souvent sans le secours d'aucune subvention officielle (départements ou municipalités), à l'amélioration des conditions d'habitation et de séjour de leur zone d'action. Si l'on additionne leurs diverses ressources, on constate que dès cette époque, un budget annuel de près de 1 million de francs était consacré par eux seuls au développement du tourisme.

Ces organismes ont été « une floraison spontanée et éparse sur le sol heureusement solide du tourisme ». Aucune conception d'ensemble n'a présidé à leur forma-

tion, ils sont nés au hasard, un peu partout, sans méthode. Le premier en date, le Syndicat de Grenoble et du Dauphiné, créé en 1889, qui devait révéler aux Français les splendeurs de l'Oisans, du Vercors, de la Chartreuse et en faciliter l'accès par la création de services de cars alpins, a été un syndicat régional. Il a étendu son action à toute la région comprise entre la Savoie, la Provence et la vallée du Rhône, et ce n'est qu'une quinzaine d'années plus tard que des « comités locaux » s'occupant exclusivement de l'aménagement de leur localité et de ses abords immédiats essaieront autour de celui de Grenoble. L'apparition de ce syndicat initial a immédiatement provoqué la naissance d'une multitude de groupements de même ordre, dont la zone d'action est d'étendue très variable : les uns sont provinciaux ou régionaux, les autres départementaux, certains d'arrondissement; les syndicats des stations thermales, seuls, sont locaux. Si bien, disent MM. Auscher et Rozet, « qu'une carte de France, portant en couleurs les syndicats d'initiative avec leurs zones, donnait à ce moment l'impression d'une carte de la France féodale — avec ses royaumes : grands espaces largement dotés; ses duchés, d'étendue plus modeste quoiqu'encore importante, puis la série confuse de ses comtés, baronnies, vicomtés, bailliages et villes libres » (1). Mais tous ces groupements, aptes à faire de la publicité locale, étaient incapables de pourvoir aux besoins généraux tels que transports, amélioration des routes et des communications, organisation de circuits, démarches auprès des pouvoirs publics dans l'intérêt général de la région. Une organisation d'ensemble était donc indispensable.

(1) MM. Auscher et Rozet, *Urbanisme et Tourisme*.

Déjà avant la guerre, de nombreux Congrès, tenus successivement à Marseille, Grenoble... Pau..., et les Etats généraux du Tourisme, réunis à Paris en 1913, avaient souligné à diverses reprises la nécessité d'une organisation fédérale, puis nationale des syndicats d'initiative. En 1897, les syndicats du Dauphiné, de la Savoie et de la Haute-Savoie, tout en gardant leur autonomie, s'étaient unis en un « Syndicat général des Alpes françaises » pour faire de la publicité en commun. Quelques années plus tard, se constituait la « Fédération du Sud-Centre », englobant les syndicats d'initiative de l'Ariège, de l'Aude, de l'Aveyron, du Cantal, du Club cévenol, de la Haute-Garonne, de Lamalou, des Pyrénées-Orientales, du Tarn, qui avaient les mêmes intérêts ferroviaires. Mais ces timides essais d'organisation régionale restèrent sans imitateurs. C'est seulement vers la fin de la guerre, à la suite de l'Assemblée générale de Cauterets, de 1917 à 1919, que les syndicats d'initiative, sur les instances de l'Office national du Tourisme et avec l'aide du Touring-Club de France, se sont constitués en fédérations régionales (19 pour la France et 10 pour la France d'outre-mer). La fédération correspond à une grande région touristique. Elle coordonne les efforts des syndicats d'initiative et joue dans la région le même rôle que chacun de ces organismes dans la localité. Elle s'occupe de la publicité régionale ainsi que de toutes les questions intéressant l'ensemble de la région.

A leur tour les fédérations se sont groupées en une *Union des fédérations des syndicats d'initiative* (U.F. S. I.), qui a été reconnue d'utilité publique par décret du 27 août 1921. Celle-ci, dirigée par un conseil d'administration nommé par les fédérations, constitue l'organisme natio-

nal qui centralise leurs efforts en unifiant leur action, qui exécute leurs décisions et sert d'agent de liaison entre elles, les associations de tourisme et les administrations publiques.

III. Le *tourisme officiel*. — A côté des associations précédentes qui ne relèvent que de l'initiative privée, le tourisme possède une organisation officielle, ensemble d'organismes administratifs et parlementaires, par l'intermédiaire desquels s'exerce l'action du Gouvernement en matière touristique.

L'*Office national du Tourisme* (O. N. T.), rattaché au ministère des Travaux publics, assure la liaison entre toutes les forces du tourisme. Il les encourage dans l'exécution de leur programme, il provoque les initiatives administratives et législatives en vue d'améliorer le tourisme en France et favorise les relations entre les administrations publiques, les compagnies de chemins de fer et de transports maritimes, les syndicats d'initiative et les différents groupements touristiques.

La loi du 24 septembre 1919 l'a plus spécialement chargé d'organiser la propagande touristique dans les pays étrangers.

Les *groupes du tourisme au Sénat et à la Chambre des Députés* étudient et soutiennent toutes les dispositions législatives ayant pour objet le développement du tourisme.

Le *Conseil supérieur du tourisme* a été créé par l'article 17 de la loi du 24 septembre 1919. Sa composition a été fixée par le décret du 4 mai 1920 (art. 78). Cet organisme, présidé par le ministre des Travaux publics, est composé de membres choisis par lui, parmi les personnalités les plus marquantes du tourisme, ainsi que des

administrations et des industries qui s'y rattachent. Il se réunit au moins une fois par an et reçoit communication des rapports sur le fonctionnement de l'Office national du Tourisme. Il propose toutes les mesures qui lui paraissent utiles en vue du développement du tourisme. Ce Conseil n'a pas une autorité égale à celle du Conseil supérieur des chemins de fer ou du Conseil supérieur de l'Instruction publique. Il n'a pas pouvoir de décision; il lui est seulement imparti d'émettre des vœux ou des recommandations qui sont ensuite suivis par l'O. N. T.

Le deuxième ministère Tardieu a institué, le 2 mars 1930, un Haut-Commissariat, transformé, sous le ministère Laval, en *Sous-Secrétariat d'Etat aux Travaux publics et au Tourisme* (Décr. 31 janvier 1931).

Cet organisme est appelé à coordonner, concentrer, diriger, accentuer les efforts en faveur du développement de notre industrie touristique, dont l'Etat, par cette création, s'est ainsi attribué la haute direction.

La réunion de tous ces organismes forme l'*Union du tourisme officiel* (U. T. O.).

Citons enfin, pour compléter l'édifice, un ensemble de trois groupes qui forment « l'armature économique, technique et scientifique du tourisme » :

IV. — L'*Union des éléments économiques du tourisme, du thermalisme et du climatisme*, représentant les intérêts d'ordres divers se rattachant directement au tourisme, au thermalisme et au climatisme (grands réseaux de chemins de fer français, Comité central des armateurs de France, la Chambre nationale de l'Hôtellerie française, l'Union des voies ferrées d'intérêt local et des transports publics automobiles de France).

V. — La *Fédération thermique et climatique française*,

représentant les intérêts relatifs à la technique de la cure thermale et climatique (des comités techniques locaux, s'unissent dans chaque région pour former des comités techniques régionaux, dont l'ensemble constitue la Fédération thermale et climatique française).

VI. L'Union des groupements *scientifiques et techniques du thermalisme et du climatisme*, représentant les éléments qui concourent à l'étude, à l'utilisation et à la mise en valeur des stations thermales et climatiques considérées comme villes de cure (Institut d'hydrologie et de climatologie de Paris, Syndicat général des médecins des stations thermales et climatiques de France, Union des établissements thermaux de France, Commission exécutive du Congrès des villes d'eaux, bains de mer et stations climatiques, Chambre syndicale des eaux minérales).

Les six grands groupes que nous venons d'énumérer successivement constituent, par leur réunion, la *Confédération nationale du Tourisme, du Thermalisme et du Climatisme français*.

Celle-ci remplit au regard des organisations qui la composent le rôle d'un parlement, devant lequel sont portées toutes les grandes questions intéressant l'ensemble des groupements représentés dans son sein, questions dont elle poursuit la réalisation, au nom de la communauté touristique, thermale, climatique française.

PREMIÈRE PARTIE

LA SAUVEGARDE ET L'AMÉNAGEMENT DU PATRIMOINE TOURISTIQUE

Il semble superflu de s'étendre sur la diversité des richesses que possède notre pays pour attirer et retenir les visiteurs étrangers : « La France, a pu dire un auteur, est une parfaite œuvre d'art, due à la collaboration de la nature, du temps et des hommes. »

Nos forêts et nos montagnes, nos vallées, nos rivières, nos grands lacs, nos monuments préhistoriques et historiques, grottes de la Vézère, ruines gallo-romaines, cathédrales gothiques, hôtels anciens, vieux châteaux, nos musées, nos villes industrielles, nos villes d'art, nos ports, nos sources d'eaux minérales, nos plages mondaines et familiales, nos stations climatiques et de sports d'hiver, nos traditions et nos souvenirs, notre art culinaire ennobli de crus généreux, en un mot tout ce qui représente la civilisation et la culture de notre pays, constitue la matière même, la raison d'être du tourisme français.

Or, trois grands dangers, désignés par les auteurs sous le nom de péril destructeur, restaurateur et exportateur, menaçaient nos richesses naturelles et nos œuvres d'art :

L'accroissement des grands travaux publics et le développement de l'industrie ont détruit en bien des endroits

l'harmonie du paysage. Pour faire place au rail et à la route, on a taillé des forêts, creusé le flanc des coteaux, des ponts suspendus ont franchi le cours des rivières. Les cascades aux eaux tumultueuses ont été captées par des barrages, canalisées vers l'usine, dont les constructions et les fumées masquent et ternissent chaque jour davantage la beauté des sites.

Le péril restaurateur n'a pas moins sévi que le péril destructeur. Encore fallait-il savoir réparer l'outrage des ans et ne point compromettre par ignorance ou orgueil l'intégrité d'une pièce ancienne.

Enfin, depuis le jour où lord Elgin emporta, pour en faire don à sa patrie, les fameuses frises du Parthénon d'Athènes, des légions d'antiquaires se sont abattues sur notre pays, achetant à prix d'or nos armoires ventruës et sculptées, nos vaisseliers ajourés, transportant pierre par pierre à des milliers de kilomètres tel château médiéval dont la masse imposante semblait fixée pour toujours au sol national.

D'autre part, nos villes et nos stations présentaient rarement avant guerre cet aspect riant, cet air de coquetterie que l'on rencontrait fréquemment alors en Suisse, en Allemagne, en Italie, en Bohême, où la moindre bourgade se parait pour recevoir ses hôtes et charmer leur séjour.

Quelques-unes de nos villes répondaient mal aux lois de l'hygiène et de l'esthétique. Beaucoup de nos villages étaient malpropres, la plupart de nos sites peu accessibles, nos excursions mal jalonnées. Dans de trop nombreuses stations les touristes se trouvaient immobilisés dans des hôtels ou villas construits trop près des routes et dépourvus de jardins; en plein air aucun lieu de repos, aucun abri contre la poussière des routes, aucun terrain

de jeux pour les enfants, aucune promenade facile pour les gens âgés ou fatigués.

Envers notre capital de beautés, promoteur du mouvement touristique, le législateur avait donc une double tâche à accomplir :

Pour conserver toute leur valeur aux vestiges du passé et aux merveilles de la nature, il devait élaborer une législation protectrice de nature à les sauvegarder à travers les âges contre l'action du temps et des hommes.

Pour accroître la valeur touristique de nos villes et de nos stations il était, d'autre part, indispensable de les doter d'un certain « confort extérieur », de recourir en un mot à cette science de l'embellissement et de l'extension des cités qui a pour nom l'urbanisme.

CHAPITRE PREMIER

LA PROTECTION DES MONUMENTS HISTORIQUES OU ARTISTIQUES, DES SITES ET MONUMENTS NATURELS

Il faut attendre en France la fin du xviii^e siècle pour voir apparaître les premiers textes organisant la protection des œuvres d'art. Jusqu'alors, seuls des artistes, des historiens et quelques religieux (Oratoriens et Bénédictins) avaient mis à l'honneur le culte des monuments anciens comme sources d'inspiration et d'études.

Sous la Révolution, tandis que le vandalisme règne en maître et s'efforce de détruire tout témoin d'un régime aboli, la Convention, par un acte en quelque sorte inverse, va ouvrir des musées et, par ses deux décrets du 15 novembre 1790 et des 17 septembre et 15 novembre 1792, organiser une Commission de préservation chargée d'arrêter le bras des démolisseurs.

L'organisme ainsi créé, complété peu de temps après par la Commission du mobilier, s'occupe de classer et de protéger tous les objets d'art. Il lance des projets de lois, rédige des inventaires, élabore des instructions protectrices. Ses membres se détachent de temps en temps pour aller examiner sur place telle pièce intéressante, sur laquelle ils font un rapport dont la Commission discute les conclusions. Les principes révolutionnaires se précisent alors dans le sens de la « nationalisation » de l'œuvre d'art.

Le 1^{er} septembre 1793, on adjoint à la Commission initiale la Commission temporaire des arts. Le 27 décembre 1795, celle-ci s'efface définitivement devant le Conseil de la conservation des objets de science et d'art.

Désormais le mouvement de protection est né. Il va se préciser sous le Directoire et l'Empire. Le Code pénal de 1810, dans son article 257, réprime sévèrement la destruction et la dégradation des œuvres d'art. Les idées de protection, un moment délaissées sous la Restauration, reviennent à l'ordre du jour sous la Monarchie de Juillet.

Victor Hugo ⁽¹⁾ et Montalembert prêchent la croisade contre les vandales. Montalivet et Guizot créent en 1830 le poste d'inspecteur général des monuments historiques, et le 29 septembre 1837 ils organisent la Commission des Monuments historiques, chargée d'assurer, pour la Science et l'Histoire, la conservation de ces derniers. Son rôle, au début purement moral, n'allait devenir officiel qu'avec la loi de 1887.

Les primes exorbitantes accordées par les jurys d'expropriation ne permettent que très rarement à l'Etat de faire appel à la loi du 3 mai 1841, sur l'expropriation pour cause d'utilité publique, pour acheter les monuments historiques menaçant ruine. Celle-ci d'ailleurs ne s'applique qu'aux immeubles. Pour suppléer à cette lacune la jurisprudence recourt à la théorie de l'inaliénabilité et de l'imprescriptibilité domaniales. En réalité, faute de texte législatif, on manquait de moyens efficaces de protection, et c'est au gouvernement de la troisième République seul que revient le mérite d'avoir promulgué, le 30 mars 1887, la première loi protectrice.

(1) « Il y a deux choses dans un édifice : son usage et sa beauté. Son usage appartient au propriétaire; sa beauté à tout le monde. C'est donc dépasser son droit que de le détruire. »

Il n'a pas fallu moins de vingt ans pour que les règles ainsi instituées pour assurer la conservation des monuments historiques soient étendues aux sites et monuments naturels de caractère artistique. Vers la fin du xix^e siècle, le développement des chemins de fer et l'apparition de la bicyclette, moyen de locomotion démocratique, en favorisant l'exploration des sites les plus reculés révèlent en même temps aux touristes l'importance du patrimoine national et la nécessité imminente de conjurer le péril dont il est menacé. Dès 1890 et 1901, deux sociétés, le Touring-Club de France et la Société pour la protection des paysages, dressent l'inventaire des beautés naturelles de la France et s'efforcent d'en assurer la conservation en s'opposant, dans la mesure du possible, à tous les travaux susceptibles d'en entraîner la destruction ou l'enlaidissement. Par l'intermédiaire des préfets, certains projets dangereux sont également abandonnés et la jurisprudence elle-même entre dans la voie nouvelle.

L'opinion publique, indifférente sous le règne de Louis-Philippe aux protestations élevées par les artistes et les littérateurs en présence des premières atteintes portées par la grande industrie à la beauté des spectacles de la nature, s'associe à ces cris d'alarme et provoque l'intervention des pouvoirs publics.

Dès 1899, en effet, le Parlement se fait l'interprète de ces idées nouvelles en invitant le ministre des Beaux-Arts, au cours de la discussion du budget, à préparer une loi spéciale pour la protection des monuments « naturels » et « légendaires ». Devant l'initiative gouvernementale trop lente à se produire, M. Ch. Beauguir présente, le 28 mars 1901, à la Chambre, une proposition de loi très étudiée, suivie, le 17 mai suivant, d'un projet à peu près semblable

de M. Dubuisson. Ce sont ces deux projets fondus en un seul qui ont donné lieu au vote de la loi des 21 et 24 avril 1906.

Les deux lois fondamentales dont nous avons ainsi re-tracé la genèse protègent, par le classement et dans des conditions à peu près identiques, les monuments historiques ou artistiques d'une part, les monuments naturels et les sites d'autre part.

Par monument naturel il faut entendre « un groupe d'éléments dus à la nature comme rochers, arbres, bouleversements du sol, accidents de terrains et autres qui, séparément ou ensemble, forment un aspect imposant, un paysage digne d'être conservé ». Quant au site, c'est « une partie de paysage d'un aspect et d'une exposition particulièrement intéressants » (2).

Aux termes de la loi de 1887, c'est la Commission des Monuments historiques qui est chargée de dresser la liste des « immeubles par nature ou par destination » dont la conservation peut avoir, au point de vue de « l'Histoire ou de l'Art », un intérêt national.

Parallèlement, la Commission départementale instituée par la loi de 1906 accomplit le même travail pour les propriétés foncières dont la conservation présente, au point de vue « artistique ou pittoresque », un intérêt général.

Suivant que l'édifice entier ou une partie seulement mérite d'être conservée, le classement sera total ou partiel. La loi de 1906 ne dit rien de semblable, les mots sites et monuments naturels impliquant nécessairement quelque chose de partiel.

Les immeubles ou les sites appartenant à une personne

(2) Définition donnée par le T.-C.-F. et la Société pour la protection des paysages.

publique (Etat, département, commune, établissement public) sont classés par arrêté s'il y a accord entre le ministre et la collectivité propriétaire, par décret en Conseil d'Etat en cas de désaccord. S'il s'agit, au contraire, d'une propriété privée, le classement présente un caractère contractuel : l'immeuble appartenant à un particulier, qu'il s'agisse d'un monument historique ou artistique, d'un site ou monument naturel, ne peut être classé par le ministre de l'Instruction publique et des Beaux-Arts qu'avec l'assentiment du propriétaire. Si ce dernier fait échec à la proposition de classement (loi de 1887) ou, ce qui revient au même, s'il se refuse à prendre l'engagement de ne point détruire ou modifier l'état des lieux (loi de 1906) sans autorisation spéciale, le ministre des Beaux-Arts, s'il s'agit d'un monument historique ou artistique, le préfet ou le maire, s'il s'agit de sites et monuments naturels, peuvent, en se conformant aux prescriptions de la loi du 3 mai 1841, poursuivre l'expropriation des monuments ou propriétés proposés pour le classement.

A partir du moment où l'arrêté de classement a été pris il est interdit au propriétaire, sous peine de se voir appliquer certaines sanctions (amendes et action en dommages-intérêts), « de détruire même en partie ou de se livrer à un travail de restauration ou de réparation quelconque » (loi de 1887), « de détruire ou de modifier l'état des lieux » (loi de 1906), sans autorisation préalable du ministre de l'Instruction publique et des Beaux-Arts.

Si l'immeuble a perdu de sa valeur historique ou artistique par l'effet du temps ou de toute autre cause, si un cataclysme a détruit le caractère artistique du site, ou bien si le propriétaire trouve trop lourdes les charges résultant du classement, le déclassement peut avoir lieu dans les mêmes formes et conditions que le classement.

Les lois de 1887 et de 1906 respectaient exagérément les droits des particuliers, aussi n'ont-elles point donné les résultats que le législateur attendait d'elles.

Le caractère contractuel du classement fait, en effet, échec à l'application de la loi, et, si le propriétaire refuse de donner son consentement, l'expropriation est une opération trop coûteuse pour que les collectivités locales et l'Etat puissent y recourir pratiquement. Seul le classement obligatoire moyennant indemnité tel qu'il fut proposé par M. Cros-Mayrevielle au Congrès international pour la protection des paysages en 1909, paraissait de nature à permettre la réelle sauvegarde de notre patrimoine artistique et historique. En outre, aux charges très lourdes qu'elle impose au propriétaire d'un site ou d'un monument naturel classé (la servitude établie par le classement empêche ce dernier d'exploiter son fonds à sa convenance et d'en tirer le maximum de rendement) la loi de 1906 n'offre la contre-partie d'aucun avantage. S'inspirant de la loi de 1887, qui prévoit pour certains travaux d'art l'accord facultatif au propriétaire de subventions de l'Etat ou des collectivités locales, le législateur de 1906 aurait pu offrir à celui-ci, à titre de compensation, un dégrèvement d'impôts.

Les lois du 31 décembre 1913 et du 2 mai 1930 ont repris, en la mettant au point, la législation de 1887 et de 1906. Ce sont-elles qui protègent efficacement aujourd'hui nos monuments historiques ou artistiques, nos admirables sites et nos beaux monuments naturels.

Entre temps, la loi du 27 janvier 1902 est intervenue pour sauvegarder les édifices et les sites classés contre les progrès d'une publicité envahissante. Elle a été renforcée par celle du 20 avril 1910, qui a interdit l'affichage dans

un certain périmètre. La loi du 9 décembre 1905 sur la séparation de l'Eglise et de l'Etat a, d'autre part, englobé dans la protection, les édifices culturels et les objets d'art y contenus.

Le champ d'application de la législation nouvelle est beaucoup plus vaste que celui de la précédente.

Alors que la loi de 1906 protégeait seulement les sites et monuments naturels de caractère « artistique ou pittoresque », celle du 2 mai 1930 s'applique, en outre, aux sites et monuments naturels de caractère « historique, scientifique ou légendaire ».

La loi du 31 décembre 1913 a également une portée beaucoup plus large que celle de 1887 puisqu'aux termes de l'article I « tout immeuble ou objet mobilier » ⁽³⁾ dont la conservation présente, au point de vue de l'histoire ou de l'art, un « intérêt public » et non plus « national », comme l'exigeait la législation antérieure, peut être classé.

En outre, comme « les édifices d'art ne remplissent toute leur destination qu'à la condition de pouvoir être vus » (Th. Reinach), le législateur de 1913 a décidé pour la première fois que les immeubles et propriétés privés « dont le classement est nécessaire pour isoler, dégager ou assainir un immeuble classé » pourront être classés dans les mêmes conditions que les monuments eux-mêmes (d'office s'il y a lieu) et avec les mêmes effets. La loi du 2 mai 1930 reproduit cette prescription quand elle envisage la création, autour des monuments naturels et des sites, d'une « zone de protection ».

La législation nouvelle maintient dans leurs attributions

(3) Alors que la loi de 1887 envisageait seulement la protection des objets mobiliers appartenant à des personnes publiques, la loi nouvelle prévoit le classement des objets mobiliers appartenant à des particuliers.

la Commission départementale des monuments naturels et des sites et la Commission des monuments historiques. Toutefois, la loi du 2 mai 1930 institue auprès du ministre de l'Instruction publique et des Beaux-Arts une Commission supérieure des monuments naturels et des sites, composée en grande partie comme les commissions départementales, dont elle contrôle l'activité, de représentants des associations de tourisme et de personnalités littéraires, artistiques, scientifiques, juridiques et d'amis de nos paysages.

La procédure de classement demeure la même que sous le régime précédent pour les immeubles appartenant à une personne publique. Au contraire, pour les monuments ou les sites qui sont la propriété d'un particulier, les lois de 1913 et 1930 apportent une innovation capitale. Elles substituent au classement contractuel le classement d'office (avec paiement d'une indemnité si ce classement entraîne un dommage pour le propriétaire) par décret en Conseil d'Etat. L'Etat, le département ou la commune peuvent toujours, en procédant à l'expropriation pour cause d'utilité publique, acquérir un immeuble déjà classé ou proposé pour le classement, en raison de l'intérêt public qu'il offre soit au point de vue « de l'histoire ou de l'art » (loi de 1913), soit au point de vue « artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque » (loi de 1930).

Le classement entraîne pour le propriétaire les mêmes obligations qu'en vertu des lois de 1887 et de 1906. Toutefois, en ce qui concerne les monuments historiques, on peut constater l'adjonction au texte précédent des mots : « ou déplacé même en partie ». Ces termes qui impliquent l'interdiction d'exporter les immeubles classés furent motivés par des tentatives d'exportation d'immeubles entiers

(Cloître de Saint-Nizier-sous-Charlieu) au moment de l'examen du nouveau projet de loi.

En outre, la loi du 31 décembre 1913 frappe d'inaliénabilité et d'imprescriptibilité, tant en ce qui concerne les droits réels que le droit de propriété lui-même, les immeubles ou objets mobiliers appartenant à l'Etat ou aux personnes morales publiques. Le ministre, assisté de la Commission des monuments historiques, ne peut en autoriser la vente ou le transfert que d'une personne morale publique à une autre.

Les effets du classement s'appliquent de plein droit à compter du jour où l'administration des Beaux-Arts a notifié au propriétaire sa proposition de classement ou son intention de poursuivre l'expropriation. Il n'y aura ainsi aucune surprise et quand l'administration statuera, elle ne risquera pas de se trouver en présence du fait accompli, comme sous l'empire des lois de 1887 et 1906.

Les effets du classement suivent le monument historique ou le site, en quelques mains qu'il passe. Aussi tout arrêté ou décret de classement doit-il être transcrit au bureau des hypothèques. Pour le même motif au cas d'aliénation, le vendeur doit faire connaître à l'acquéreur l'existence du classement et notifier dans les quinze jours de sa date l'aliénation survenue au ministre des Beaux-Arts.

La législation nouvelle ajoute aux sanctions préexistantes (amendes et dommages-intérêts) l'emprisonnement et l'application des articles 257 et 463 du Code pénal. La loi du 31 décembre 1913 édicte, en outre, des sanctions civiles. Au cas d'aliénation frauduleuse ou irrégulière, le ministre a seul qualité pour introduire une action en nullité sans préjudice de l'action en revendication du propriétaire. Mais la sanction civile la plus sévère est l'expro-

priation pour cause d'utilité publique, qui frappe tout propriétaire d'une œuvre d'art négligent. La loi du 25 juillet 1927 crée une arme nouvelle. Elle dispose que « lorsqu'un immeuble aura été morcelé en violation de la précédente loi, le ministre des Beaux-Arts pourra faire rechercher partout où ils se trouvent l'édifice ou ses parties et en ordonner la remise en place, sous la surveillance de l'administration, aux frais des délinquants, vendeur et acheteur pris solidairement ».

Enfin, la loi du 2 mai 1930 a créé de nouvelles ressources au profit des monuments naturels et des sites : La Caisse nationale des monuments historiques et préhistoriques, créée par la loi du 10 juillet 1914, est devenue : La Caisse nationale des monuments historiques, préhistoriques, naturels et des sites ». Dotée de la personnalité civile et de l'autonomie financière, elle recueille et gère les fonds destinés à être mis à la disposition du ministre en vue de la conservation ou de l'acquisition des monuments et objets mobiliers historiques ou artistiques, des monuments naturels et des sites classés. Elle est alimentée par des subventions de l'Etat, par le produit des dons et legs, de droits d'entrée dans les musées et monuments et de différentes peines pécuniaires infligées en punition des contraventions aux lois protectrices.

CHAPITRE II

L'EXTENSION ET L'EMBELLISSEMENT DES VILLES

(Loi du 14 mars 1919.)

L'idée d'un plan d'extension et d'aménagement est une idée française qui remonte à une époque assez lointaine. Dès le ^{xii}^e siècle, en effet, il existait à Paris « un maître des œuvres de maçonnerie et pavement des villes » qui était consulté sur tout projet intéressant l'extension de la ville au double point de vue artistique et sanitaire.

Henri IV imposait à Paris des plans d'ensemble prévoyant la symétrie des constructions.

Lorsque, le 6 avril 1685, un arrêt du Conseil du Roi supprima les anciennes fortifications de la capitale, Louis XIV, sur la proposition du prévôt des marchands, Guillaume Lefèvre, signa un arrêté dotant Paris d'un plan d'extension.

En province, dans plusieurs de nos villes, l'œuvre de nos anciens intendants porte la trace des mêmes préoccupations.

Versailles en particulier, dont les larges avenues plantées rayonnent autour de la place du Château, a été l'objet de bien des imitations. L'admirable ensemble constitué à Paris dès la fin du ^{xviii}^e siècle par la place de la Concorde, alors place Louis XV, et les Champs-Élysées, fut complété, au siècle suivant, par les avenues de la Grande-

Armée, l'Arc de triomphe et les avenues qui rayonnent autour de la place de l'Etoile.

Sous la Convention, enfin, fut dressé un « plan des artistes » auquel les divers gouvernements qui se succédèrent depuis 1793 devaient se référer plusieurs fois.

Et s'il faut regretter la disparition au XIX^e siècle de vieux hôtels remarquables, de monuments artistiques, comment ne pas rendre hommage aujourd'hui à l'esprit clairvoyant qui a doté Paris de larges boulevards et de grands parcs comme les Bois de Boulogne et de Vincennes, les Buttes Chaumont et le Parc Montsouris ?

La France, qui avait eu la première la notion du plan d'extension et d'aménagement des villes, se laissa distancer pendant près d'un demi-siècle par les pays étrangers. L'Allemagne tient la tête du mouvement, aussi bien pour la modernisation des villes fortifiées telles que Cologne, que pour la transformation des villes non fortifiées comme Wiesbaden. En Autriche, Vienne mérite de retenir l'attention par sa ceinture de forêts et de prairies, par ses splendides avenues et ses parcs. L'Angleterre a été l'initiatrice d'un grand mouvement en faveur de l'amélioration de l'habitation populaire. Dès 1876, la vente des espaces libres communaux était interdite par une loi. Le London-Act de 1872 avait d'ailleurs autorisé la création de ressources pour développer les espaces libres dans les environs de Londres. L'Act de 1878 préserve les arbres, sous-bois, espaces libres de la capitale de l'Angleterre. La création à une heure de Londres d'une agglomération importante, type de la cité-jardin, est un exemple frappant des progrès réalisés dans ce pays. En Suède, en Suisse, en Belgique, au Danemark, des efforts semblables ont été tentés. A Amsterdam, une disposition prévoit

qu'une maison doit laisser autour d'elle un espace égal au quart de sa superficie. Enfin, en Amérique, un grand mouvement s'est produit en faveur des plans d'extension des villes et de la création de grands parcs nationaux ou municipaux.

En France, au début du xx^e siècle, la population augmente considérablement dans les grands centres urbains et leurs banlieues et ce développement rapide des villes pose des problèmes nouveaux de circulation et d'hygiène. En même temps on assiste à une véritable renaissance artistique. L'opinion publique comprend qu'une ville est un organisme vivant, un tout qui a son unité et qui doit se développer avec ordre, logique, harmonie, conformément à un programme. « Nos villes de France sont admirables, disait M. Cornudet, dans son rapport, elles sont vivantes et pittoresques, le génie de nos artistes les a marquées de son empreinte, leurs monuments sont parmi les plus beaux que l'art de toutes les époques a créés, mais elles sont le résultat de juxtapositions progressives, d'agrandissements successifs sans ordre et sans méthode. Dans un trop grand nombre d'entre elles, on rencontre encore trop de quartiers malsains et insalubres, trop de rues sans lumière, sans soleil et sans air. » Ainsi, tous ceux qui reconnaissent que « l'esthétique est pour un peuple non pas un luxe, mais un besoin et un droit au même titre que l'hygiène », demandent-ils que des plans d'extension et d'embellissement soient imposés à nos villes les plus importantes, afin de les rendre à la salubrité. Un plan du même genre s'imposait également pour les départements envahis au cours de la guerre. N'était-il pas préférable de reconstruire nos citées détruites dans les meilleures conditions d'hygiène et d'esthétique en tenant

compte de tous les progrès et de toutes les nécessités de la vie moderne, plutôt que de procéder à des restaurations et à des reconstructions hâtives ?

La même obligation se justifiait enfin pour toutes les stations thermales, climatiques et de tourisme, où l'afflux des étrangers à certaines époques de l'année imposait aux municipalités des devoirs évidents au double point de vue de l'hygiène et de l'esthétique.

La loi du 14 mars 1919, due aux incessants efforts de M. Cornudet, n'est en quelque sorte que le résumé de trois propositions précédentes tendant aux mêmes fins : proposition Ch. Beauquier, créant l'obligation pour toute commune supérieure à 10.000 habitants d'établir un plan d'extension et d'embellissement; proposition Siegfried, relative aux plans d'aménagement et d'extension des villes; proposition A. Chenal, visant l'établissement dans chaque département d'un plan de revision et d'extension des routes et chemins.

La loi crée pour les villes et les communes énumérées ci-dessous l'obligation d'établir un projet d'aménagement, d'embellissement et d'extension dans un délai maximum de trois ans à compter de la promulgation de la loi.

Les agglomérations visées par la loi sont les suivantes (art. I^{er} et II) :

1° les villes de 10.000 habitants et au-dessus ainsi que celles de moins de 10.000 et de plus de 5.000 dont la population a augmenté de plus de 10 p. 100 dans l'intervalle de deux recensements quinquennaux consécutifs;

2° toutes les communes du département de la Seine;

3° les stations balnéaires, maritimes, hydrominérales, climatiques, sportives et autres dont la population quelle qu'en soit l'importance augmente de 50 p. 100 ou plus à certaines époques de l'année;

4° les agglomérations, quelle qu'en soit l'importance, présentant un caractère pittoresque, artistique ou historique et inscrites sur une liste qui devra être établie par la Commission départementale des sites et monuments naturels, instituée par la loi du 21 avril 1906;

5° les groupes d'habitation, les lotissements créés ou développés par des associations, des sociétés ou des particuliers;

6° les agglomérations détruites par fait de guerre, d'incendie, de tremblement de terre ou tout autre cataclysme, pour lesquelles la municipalité est tenue de faire établir un plan général d'alignement et de nivellement des parties à reconstruire, accompagné d'un projet d'aménagement, d'embellissement, d'extension.

Ainsi toutes les communes, importantes ou non, susceptibles d'attirer le visiteur, sont tenues d'avoir un projet de ce genre; seules les petites localités sans attrait sont laissées à l'écart. La loi intéresse donc au plus haut point le tourisme.

Ce projet comprend (art. 1^{er}) :

1° un plan qui fixe la direction, la largeur et le caractère des voies à créer ou à modifier, détermine les emplacements, l'étendue et les dispositions des places, squares, jardins publics, terrains de jeux, parcs, espaces libres divers et indique les réserves boisées ou non à constituer ainsi que les emplacements destinés à des monuments, édifices et services publics;

2° un programme déterminant les servitudes hygiéniques, archéologiques et esthétiques, ainsi que toutes les autres conditions y relatives et en particulier les espaces libres à réserver, les hauteurs des constructions, ainsi que les prévisions concernant la distribution d'eau potable.

le réseau d'égouts, l'évacuation, la destination finale des matières usées et, s'il y a lieu, l'assainissement du sol;

3° un projet d'arrêté du maire pris après avis du conseil municipal et réglant les conditions d'application des mesures prévues au plan et au programme.

Soulignons que les alinéas 1 et 2 présentent un intérêt de tout premier ordre, pour la mise en valeur de nos centres de tourisme et de nos stations. En obligeant les municipalités à réserver des emplacements pour des jardins publics, des terrains de jeux; à constituer des espaces boisés, « ces poumons des villes »; à établir des servitudes hygiéniques, archéologiques et esthétiques, le législateur n'a-t-il pas voulu gratifier chaque commune ou station de ce « confort extérieur » dont les Américains, les Anglais et les Allemands nous ont donné de si précieux exemples ? Enfin, les dispositions contenues aux articles III, VI et VII indiquent clairement l'intention du législateur de hâter et de faciliter cet aménagement. C'est ainsi que des délais très courts et des moyens énergiques de coercition envers l'autorité municipale ont été prévus pour la confection du projet. Pour toutes les communes énumérées à l'article I^{er}, lorsque le projet n'intéresse qu'une seule commune, le conseil municipal, sur la proposition du maire, désigne « l'homme de l'art ou la Société qu'il charge de l'étude et de la confection des plans et projets ». Si dans le délai de deux mois à partir de la promulgation de la loi cette désignation n'a pas été faite, le préfet met le conseil municipal en demeure d'y procéder dans le délai d'un mois, passé lequel il fait lui-même d'office la désignation nécessaire. Lorsque le plan n'a pas été établi dans les trois ans à dater de la promulgation de la loi, le préfet fait procéder d'office à ce

travail aux frais de la commune et celle-ci est déchuée de son droit aux subventions accordées par l'Etat. Dès que les plans, programmes et arrêtés ont été établis, ils sont soumis, après avis du bureau d'hygiène, à l'examen du conseil municipal, à une enquête dans les conditions de l'ordonnance du 23 août 1835 sur les travaux d'utilité publique, à l'examen de la « Commission départementale d'aménagement et d'extension des villes et villages »; puis le conseil municipal est appelé à donner son avis définitif. S'il néglige ou refuse d'examiner le plan ou de donner son avis définitif, le préfet lui adresse une mise en demeure et lui impartit un délai ne pouvant excéder un mois, passé lequel il examine lui-même le plan. Enfin, et c'est là une disposition intéressante pour le tourisme, l'Etat prend à sa charge les frais d'établissement des plans et projets concernant les agglomérations détruites pour fait de guerre, d'incendie... « ainsi que les agglomérations présentant un caractère pittoresque, historique ou artistique ». Quant aux autres communes, des subventions peuvent leur être accordées par décision du ministre de l'Intérieur.

La loi du 14 mars 1919 « permettait d'espérer, dit M. Siegfried, qu'un important mouvement se produirait, dans notre pays si terriblement ravagé, en faveur d'un aménagement rationnel et hygiénique de toutes les agglomérations, non seulement dans les régions dévastées où tant de localités étaient à reconstruire, mais aussi dans les banlieues des villes où de nouveaux quartiers se créaient, dans nos villes elles-mêmes où de nouveaux besoins appelaient à grands cris d'importantes transformations ». Mais dès sa promulgation la loi se heurta à

l'inertie des conseils municipaux qui, absorbés par le souci de leur réélection, se préoccupèrent, au détriment de l'intérêt général, de servir les intérêts du quartier dont ils étaient les élus. De leur côté, les préfets n'usèrent pas de toutes les armes dont ils disposaient (art. 85 L. 5 avril 1884; art. 6 L. 1919) à l'égard des municipalités négligentes car ils se trouvaient dans l'impossibilité morale de contraindre la plupart d'entre elles, complètement désorganisées par la guerre et encore assombries par des deuils trop récents, à appliquer la loi. Celle-ci contenait en outre de nombreuses imperfections (notamment une réglementation insuffisante des lotissements), qui, jointes au mauvais état économique du pays au lendemain de la guerre, devaient entraîner sa non-application.

Ce furent les petites agglomérations qui répondirent les premières aux demandes de la loi, surtout les stations climatiques, balnéaires et thermales, en raison, il est vrai, de la gratuité pour elles de l'opération et du profit qu'elles pouvaient retirer de l'aménagement rapide de leur territoire. Dès 1921 et 1922 la Commission supérieure rendait des décisions concernant les projets des stations de Nérilès-Bains, Trignac, Deauville, Le Croisic, Escoublac-la-Baule, Le Graux-du-Roy...

La ville de Paris prit à son compte toute la tâche d'aménagement du département de la Seine, soumis tout entier à la loi du 14 mars, et commença sans tarder l'élaboration d'un plan et d'un programme. Mais d'une façon générale les conséquences pécuniaires de la loi du 14 mars 1919 effrayèrent les municipalités des grandes cités telles que Marseille, Bordeaux, Lyon, Nantes, qui sont au premier chef des centres de tourisme et pour lesquelles l'exécution de travaux d'extension, d'aménagement et d'embellissement entraînait de très lourdes charges.

Les régions dévastées, obligées de produire un plan général d'alignement et de nivellement, accompagné d'une étude sommaire d'aménagement, entrèrent immédiatement dans la voie des réalisations. Reims et Lille, pourvues de ressources suffisantes, donnèrent l'exemple. Plusieurs autres cités des régions libérées, en particulier Armentières, dans le département du Nord, mirent tout en œuvre pour aboutir le plus vite possible. Cependant, la majorité des communes de ce genre ne purent exécuter dans les délais voulus les prescriptions de la loi : trois ans après sa promulgation, en 1922, la plupart d'entre elles n'étaient pas encore titulaires d'une déclaration d'utilité publique autorisant les travaux et les expropriations.

CHAPITRE III

AMENAGEMENT TOURISTIQUE DES STATIONS

(Loi du 24 septembre 1919.)

Malgré les résultats surprenants obtenus dans les stations allemandes dès la fin du xix^e siècle grâce à la Kur-tax, c'est seulement par la loi du 13 avril 1910 que le législateur français a autorisé les stations « hydrominérales et climatiques » à percevoir, sur les « personnes non domiciliées dans la commune et n'y possédant pas une résidence, à raison de laquelle elles soient passibles de la contribution mobilière », un impôt journalier, désigné sous le nom de « taxe de séjour » ⁽¹⁾. La même loi instituait des chambres d'industrie thermale ou climatique, destinées à aider de leurs conseils les municipalités dans la gestion de ces ressources spéciales. Malheureusement, la loi du 13 avril 1910 comportait de graves imperfections. En premier lieu, elle « n'obligeait » pas les stations hydrominérales et climatiques à percevoir la taxe de séjour, elle en rendait simplement légale la perception « facultative ». Les événements ne tardèrent pas à montrer que le législateur aurait dû imposer du premier coup l'obligation. La « faculté » inscrite dans la loi a retardé,

(1) La petite commune de Saint-Pierre-de-Chartreuse avait donné l'exemple : Cinq ans auparavant, en 1905, son Comité local avait créé arbitrairement une « taxe d'embellissement », perçue dans chaque hôtel.

en effet, de plusieurs années le développement des stations climatiques et thermales. Seules quelques localités comme Dax, Lamalou, Saint-Nectaire, La Bourboule, le Mont-Dore, Chamonix, usèrent de ce droit; la majorité s'abstint. A cette époque, les villes d'eaux françaises voyaient surtout leurs concurrents en France; elles reconnaissaient bien tout l'intérêt qu'il y avait à instituer la taxe, mais elles ne voulaient pas devancer leurs rivales, par crainte d'éloigner la clientèle au profit de ces dernières. Presque toutes les stations déclaraient nettement qu'elles n'adopteraient la taxe que si leurs voisines l'adoptaient. Aussi, le vœu fut-il émis, au Congrès des stations thermales de Lyon, le 22 avril 1919, que « la perception de la taxe de séjour fût rendue obligatoire dans toutes les stations hydro-minérales et climatiques françaises ».

En second lieu, la loi ne visait que les stations hydro-minérales et climatiques. Elle ignorait les stations de tourisme cependant bien plus déshéritées que les précédentes. Nombreuses sont, en France, les localités dont les monuments archéologiques, historiques, artistiques ou les sites pittoresques attirent les visiteurs, notamment les étrangers. La France ne le cède en rien à ce titre, pour les richesses et les curiosités qu'elle possède, aux pays les plus favorisés. En fait, ces localités se confondent souvent avec les stations thermales ou climatiques. C'est le cas notamment de La Bourboule, du Mont-Dore, de Chamonix, de Cauterets, de Luchon, mais il y a maintes petites villes françaises, telles que Fougère, Vitré, Mortagne, Vannes, Murat dans le Cantal, Uzerche en Corrèze, Pontgibaud dans le Puy-de-Dôme, Millau dans l'Aveyron, Remiremont dans les Vosges, Rocamadour dans le Lot, Carcassonne au seuil des Pyrénées..., qui sont seulement des

centres d'excursion et de villégiature propices aux cures d'air et de campagne. Dans la plupart de ces communes, rien n'était fait et ne pouvait être fait pour attirer et retenir les visiteurs. Avec quelles ressources éditer de petits guides qui fassent connaître les excursions possibles. Quand les ressources communales sont insuffisantes pour entretenir les voiries urbaines, comment faire tracer les chemins d'accès qui permettraient d'admirer une cascade. Comment obtenir des hôteliers qu'ils aient un hôtel propre quand la municipalité elle-même se trouve dans l'impossibilité de faire construire des égouts ?

La loi du 24 septembre 1919, qui constitue à l'heure actuelle le Code des stations hydrominérales, climatiques et de tourisme, est venue remédier à cet inconvénient en abrogeant la loi du 13 avril 1910.

La loi nouvelle pose le principe de la taxe de séjour obligatoire dans les stations hydrominérales et climatiques. Elle crée une catégorie nouvelle : celle des stations de tourisme. Enfin, elle superpose à la taxe normale une taxe additionnelle, destinée à constituer un fonds commun réparti entre l'Institut d'hydrologie et de climatologie de l'Ecole pratique des Hautes Etudes et l'Office national du tourisme.

Aux termes de l'article 1^{er}, « les communes, fractions de communes ou groupes de communes qui possèdent sur leur territoire soit une ou plusieurs sources d'eaux minérales, soit un établissement exploitant une ou plusieurs sources d'eaux minérales, peuvent être érigées en stations hydrominérales ».

« Les communes, fractions de communes ou groupes de communes qui offrent aux malades leurs avantages climatiques peuvent être érigées en stations climatiques. »

Ainsi la loi de 1919 confère à toute commune qui offre des avantages hydrominéraux ou climatiques la « possibilité » (si elle n'est pas classée d'office) de demander à être érigée en station thermale ou climatique. Mais la liste même de ces stations ne peut être arrêtée que par un « décret » rendu en Conseil d'Etat, sur la proposition du ministre de l'Intérieur et après avis des conseils municipaux, des conseils généraux, des conseils départementaux d'hygiène, de l'Académie de médecine, du Conseil supérieur d'hygiène publique de France et de la Commission permanente des stations hydrominérales et climatiques de France.

Les stations hydrominérales ou climatiques classées « sont tenues » de percevoir pendant tout ou partie de l'année une taxe spéciale, dite taxe de séjour, dont le produit devra être affecté « intégralement » à des « travaux d'assainissement ou d'embellissement », qui pourront être déclarés d'utilité publique par un décret en Conseil d'Etat. Les communes peuvent, en outre, pour faire face aux dépenses résultant de l'application de la loi, être autorisées, dans les mêmes formes, à « contracter des emprunts, gagés sur les recettes à provenir de la taxe » (art. 1 et 2). La première de ces dispositions fixe d'une façon absolument nette les conditions d'utilisation de la taxe de séjour et établit légalement une discrimination complète entre ce nouveau budget, mis à la disposition des communes et leur budget normal.

La seconde, en autorisant des emprunts gagés sur le rendement régulier de la taxe, permet d'entreprendre immédiatement des travaux de longue haleine, d'élaborer un plan d'ensemble dont la réalisation portera sur plusieurs années.

Mais l'innovation principale de la loi du 24 septembre

1919 se trouve contenue dans le titre II, qui reconnaît aux communes énumérées ci-dessous la « faculté » d'être érigées en « stations de tourisme » et la « possibilité » de percevoir la taxe de séjour. L'article 10 est ainsi conçu : « Les communes, fractions de communes ou groupes de communes qui offrent aux visiteurs un ensemble de curiosités naturelles ou artistiques peuvent être érigées en stations de tourisme. » La liste de ces dernières est arrêtée par une procédure parallèle à celle des stations hydrominérales ou climatiques, mais cette fois sur la proposition du ministre des Travaux publics, après avis du ministre de l'Instruction publique et des Beaux-Arts, sur la demande des conseils municipaux et après consultation des conseils généraux, des commissions départementales des sites et monuments naturels, des conseils départementaux d'hygiène, du Conseil supérieur d'hygiène publique de France, de la Commission des monuments historiques et du Conseil d'administration de l'Office national du Tourisme. Le législateur a voulu procurer aux stations de tourisme les mêmes ressources qu'aux stations hydrominérales et climatiques. En effet, aux termes de l'article 11 du titre II, « dans les stations de tourisme, les communes pourront percevoir pendant tout ou partie de l'année une taxe spéciale, dont le produit devra être affecté intégralement aux travaux visés à l'article précédent. Ces travaux pourront être déclarés d'utilité publique par décret en Conseil d'Etat. Les communes peuvent aussi, pour faire face aux exigences de la présente loi, être autorisées, dans les mêmes formes, à contracter des emprunts gagés sur les recettes à provenir de la taxe. » Mais tandis que la taxe de séjour est obligatoire dans les stations hydrominérales et climatiques (les communes « sont tenues ...»), sa per-

ception, par une anomalie regrettable, reste facultative dans les stations de tourisme (les communes « pourront »), le législateur de 1919 ayant hésité à imposer une contribution aux touristes plus modestes. Notons toutefois que l'affectation de la taxe de séjour est beaucoup plus large dans les stations de tourisme que dans celles de la première catégorie et permet d'entreprendre une plus grande variété de travaux.

Dans les stations de tourisme, elle doit être employée à « faciliter la visite de la station et à favoriser sa fréquentation et son développement par des travaux d'entretien des monuments et des sites, d'assainissement, d'embellissement ou d'amélioration des conditions d'accès, d'habitation, de séjour ou de circulation ». Dans les stations hydrominérales et climatiques, au contraire, elle a pour premier objet de « faciliter le traitement des indigents », ensuite seulement de « favoriser la fréquentation de la station et son développement », uniquement par des « travaux d'assainissement ou d'embellissement ».

Enfin, le législateur a voulu que le produit de la taxe reçoive une affectation conforme à sa destination légale. Afin que les fonds qui en proviennent ne soient pas employés à des travaux ressortissant des budgets municipaux normaux, la loi impose aux communes l'obligation de tenir un compte spécial du « produit » et de « l'emploi » des recettes provenant de la taxe. Ce compte sera ensuite publié et transmis, selon les cas, soit à la Commission permanente des Stations hydrominérales et climatiques de France, soit au Conseil d'administration de l'Office national du tourisme.

Le législateur a, en outre, institué, tant pour les stations hydrominérales et climatiques que pour les stations

de tourisme, un établissement public appelé suivant les cas « chambre d'industrie thermique ou climatique » ou « chambre d'industrie touristique » et fonctionnant dans des conditions identiques.

Cet organisme, présidé par le préfet et composé par moitié des membres de droit et de membres élus (ces derniers seront la plupart du temps les membres du conseil d'administration du syndicat d'initiative de la station), a pour mission principale de veiller à l'utilisation régulière de la taxe de séjour. C'est ainsi que la chambre d'industrie est nécessairement appelée à donner son avis sur les projets de travaux d'intérêt thermal, climatique ou touristique, entrepris par les communes, sur les demandes tendant à l'établissement de la taxe et sur les emprunts qui doivent être gagés sur elle. En outre, la concession des travaux à exécuter avec le produit de la taxe peut lui être accordée après délibération du Conseil municipal approuvée par le préfet.

Grâce à la taxe de séjour, la plupart de nos villes d'eaux et de nos stations de tourisme ont pu se transformer, s'adapter pour plaire aux touristes.

En 1921, quatre stations de tourisme seulement avaient été autorisées à percevoir la taxe de séjour. Depuis cette époque, leur nombre se traduit par une courbe ascendante : il s'élevait à 18 en 1922, à 58 en 1929. La plupart des stations, usant de l'autorisation inscrite dans la loi, ont contracté un emprunt gagé sur le rendement de la taxe pour effectuer des travaux d'adduction d'eau potable ou pour la construction d'un réseau d'égouts. En outre, au cours de 1929, nous voyons Lyons-la-Forêt (Eure) poser des bancs rustiques en forêt, établir des courts de tennis;

Foix (Ariège) affecter une part de ses ressources à l'entretien de ses monuments historiques; Montlouis (Pyrénées-Orientales) acquérir, afin de les conserver aux touristes, les glacis ombragés de la magnifique citadelle de Vauban; Carcassonne (Aude) approprier la cité et ses abords; Villefranche-sur-Mer créer un jardin public; Talloire (Haute-Savoie) améliorer ses routes et créer le jardin touristique de Port-Vivier; Belle-Ile-en-Mer (Morbihan) faire des plantations d'arbres; Lyon (Rhône) améliorer la circulation et la signalisation, embellir ses promenades, créer une roseraie, faire des fouilles archéologiques et envisager un vaste programme d'organisation touristique.

L'esprit de la loi du 24 septembre 1919 a donc été bien respecté, puisque tout ce qui provient des touristes sous forme de taxes retourne aux touristes sous forme de bien-être (2).

Néanmoins, la loi présente des imperfections et des lacunes. Le législateur semble avoir multiplié à plaisir les échelons à franchir pour obtenir la reconnaissance offi-

(2) Pour favoriser l'équipement des stations thermales et de tourisme un projet de loi a été déposé devant la Chambre par M. A. Fould, tendant à transformer le C. N. H. en Crédit national hôtelier, thermal et touristique. Cet établissement serait ainsi divisé en trois sections absolument distinctes quant aux capitaux et aux ressources à employer.

La deuxième section dite du « Crédit thermal » serait autorisée à consentir des avances à long terme en vue de la création, de la réfection et de la modernisation des établissements thermaux.

La troisième section, le « Crédit touristique », accorderait des prêts à long terme à des collectivités pour l'aménagement des sites naturels.

Les sommes nécessaires au fonctionnement des sections thermales et touristiques s'élèveraient respectivement à 10 et 5 millions, qui seraient prélevés annuellement sur le produit des jeux.

La loi du 28 décembre 1931, « tendant à la réalisation immédiate de certains travaux relatifs au perfectionnement de l'outillage national », a institué le Crédit thermal, auquel elle a attribué un crédit de 15 millions comme première dotation.

Pour la réfection de l'établissement thermal d'Aix-les-Bains, la même loi a accordé 30 millions.

cielle tant des stations thermales et climatiques que des stations de tourisme.

On remarquera, en outre, que pour ces dernières, l'inscription ne pourra être ordonnée que si l'avis du conseil municipal est favorable. Sans doute, la majeure partie des communes de France a compris très vite tous les avantages de la taxe de séjour, mais il n'en reste pas moins qu'un conseil municipal aux idées arriérées peut, dans une de nos belles localités, mettre la réforme en échec et en retarder l'application pendant une longue période. Il est aussi très regrettable que le législateur n'ait pas cru pouvoir imposer la perception de la taxe de séjour dans les stations de tourisme, car le classement d'une commune sans application de la taxe ne peut qu'entraîner des charges nouvelles, sans donner aux municipalités des recettes spéciales pour y subvenir.

D'autre part, les dispositions relatives à la taxe de séjour ne sont applicables qu'aux stations hydrominérales, climatiques et de tourisme. Elles ne s'étendent pas aux stations balnéaires. Celles-ci sont officiellement ignorées; elles demeurent en quelque sorte hors la loi et si, demain, l'une d'elles s'avisait, au simple titre de « station balnéaire », d'en demander l'application, sa demande serait irrecevable. Si bien que les plages qui songent à améliorer leur esthétique et leur hygiène par les revenus de la taxe de séjour sont conduites à demander leur classement en stations climatiques ou de tourisme. A première vue, on pourrait songer que c'est là une simple question de mots : peu importe la dénomination de la station, pourvu qu'elle puisse bénéficier de la loi du 24 septembre 1919. En réalité, la question présente un véritable intérêt, car les stations balnéaires ne sauraient

être assimilées ni aux stations de tourisme, ni aux stations climatiques. Le séjour à la mer comporte certains avantages thérapeutiques et climatiques que l'on chercherait vainement ailleurs, par exemple dans les stations de tourisme ordinaires où l'on séjourne uniquement par plaisir. Les stations balnéaires ne sauraient pas davantage être confondues avec les stations climatiques. Ces dernières, au sens législatif du mot, sont des stations de cure, équipées pour recevoir les malades et au premier chef pour « faciliter le traitement des indigents ». Au contraire, à l'exception de Berck, nos stations balnéaires telles que Le Touquet, Deauville, Biarritz, Cannes, Nice, pour ne citer que les plus importantes, ne se sont jamais souciées de recevoir des malades; si elles ont une préoccupation, ce serait plutôt de les éloigner.

La situation des stations balnéaires n'est d'ailleurs pas la seule qui ait été méconnue par la loi du 24 septembre 1919. Il est d'autres stations qui, bien qu'elles offrent les avantages d'un climat sain et vivifiant, ne veulent pas cependant être classées sous la dénomination générale de stations climatiques. Il s'agit ici de stations organisées pour recevoir des personnes nerveuses, surmenées, qui, sans être malades, ont simplement besoin d'air pur, de soleil et de calme. Beaucoup sont fréquentées par des familles en villégiature, et des colonies de vacances y sont installées. Il en est ainsi des stations de montagne de Gérardmer, Chamonix, Annecy..., qui ne sont en aucune façon équipées pour le traitement des malades comme les véritables stations climatiques. Cette situation a retenu l'attention de M. C. Blaisot, ministre de la Santé publique, qui a proposé de modifier la loi du 24 septembre 1919 en créant deux catégories de stations climatiques : la station de villégiature et la station de cure.

DEUXIÈME PARTIE

LE PERFECTIONNEMENT DE L'OUTILLAGE TOURISTIQUE

Les moyens de transport et l'hôtel sont les facteurs essentiels, la condition primordiale du développement du tourisme. Sans eux, la plus belle région de la France demeure à l'écart de l'essor conquérant et fructueux de cette industrie.

Grâce aux efforts de nos compagnies de navigation, de somptueux paquebots, le *France*, l'*Ile-de-France*, le *Paris*, l'*Atlantique*, le *Normandie*, surpassant en luxe et en confort les navires des lignes étrangères, sillonnent aujourd'hui l'Océan.

Les trains français sont parmi les plus rapides du monde. D'autre part, nos réseaux, soucieux d'apporter au tourisme une plus grande coopération, ont créé des circuits d'autocars qui font suite au rail et dont le rayonnement s'étend jusqu'aux sites les plus reculés.

Après les routes de terre et d'eau, voici maintenant les routes de l'air, qui vont s'ouvrir définitivement au tourisme.

Enfin, grâce au concours matériel et moral du Crédit national hôtelier, on peut assister depuis quelques années à une véritable renaissance de l'hôtellerie française.

Notre outillage touristique, on peut donc l'affirmer, répond largement aux besoins et ne le cède en rien à celui des pays étrangers.

TITRE PREMIER

LES MOYENS DE TRANSPORT

CHAPITRE PREMIER

LES CHEMINS DE FER

Après avoir rapidement reconstitué les lignes détruites pendant la guerre, les grands réseaux français se sont efforcés, au prix d'incessantes améliorations apportées dans divers domaines, de favoriser le mouvement touristique.

Sur les lignes où la traction électrique a remplacé l'ancienne traction à vapeur, on peut aujourd'hui apprécier l'absence de toute fumée, la souplesse de la marche et la douceur des démarrages.

Sur les grands parcours, les voitures à intercirculation et à boggies sont aménagées intérieurement avec autant d'élégance que de confort. Le voyageur peut prendre ses repas au wagon-restaurant, et contre paiement de suppléments gradués, il s'offre à lui une gamme très variée de places de luxe allant de la couchette jusqu'au lit-salon, sans compter les voitures de la Compagnie des wagons-lits.

Dans quelques gares du réseau de l'Est, une innovation récente mérite d'être signalée : il s'agit des « salles d'accueil », comprenant salons de coiffure, salles de bains, salles de correspondance, cabines téléphoniques, qui permettent au voyageur de se reposer et de se détendre au terme d'un long parcours.

Tout comme le confort du matériel, la facilité et la rapidité des communications, la commodité des horaires, incitent au voyage.

Non seulement Paris mais la plupart des grandes villes sont en communication facile pendant toute la durée de la saison avec les stations thermales, climatiques et de tourisme. Des « trains transatlantiques » relient directement la capitale aux principaux ports d'embarquement et de débarquement. Il convient de citer en particulier, sur le réseau de l'Etat, la liaison Le Havre ou Cherbourg-Paris.

Pour faciliter les relations transversales et éviter aux touristes étrangers un détour parfois inutile sur Paris, des trains spéciaux ont été créés : le Manche-Océan (Angleterre-Dieppe-Nantes-Bordeaux) et le rapide Saint-Malo-Bordeaux-Hendaye, qui donnent aux visiteurs anglais la possibilité de s'en aller directement dans le Sud-Ouest, répondent à ce besoin.

D'autre part, l'élévation des prix de transports se trouve atténuée par de nombreuses dispositions favorables à la circulation touristique. C'est là un dernier avantage qui n'est point négligeable.

Quelques-uns des points que nous venons d'énumérer méritent d'être étudiés un peu plus longuement.

SECTION I.

L'électrification.

A la veille de la guerre, la traction électrique, déjà en faveur en Italie et aux Etats-Unis, n'était appliquée en France que dans des cas exceptionnels et pour améliorer les conditions d'exploitation de certaines lignes.

Sur les réseaux du P.-L.-M., du Midi et de l'Etat, seules quelques lignes de montagne à forte déclivité, des lignes souterraines et des lignes de banlieue avaient été électrifiées.

C'est seulement à la fin des hostilités — l'occupation allemande ayant rendu inutilisables pour un temps assez long nos houillères du Nord et du Pas-de-Calais — que la question de l'électrification des voies ferrées se posa impérieusement.

Le 14 novembre 1918, un Comité fut chargé par le ministre des Travaux publics d'étudier de très près la question, sous ses aspects technique, économique et financier. Parallèlement, des enquêtes furent menées à l'étranger pour découvrir le meilleur système à adopter.

Puis les directives ainsi dégagées ayant reçu l'approbation du Conseil supérieur des Travaux publics, le ministre, par décision du 29 août 1920, invita les réseaux à élaborer un programme général d'électrification des voies ferrées.

Ce dernier, tel qu'il fut accepté le 11 mai 1923, comportait l'électrification : de 8.051 kilomètres de lignes en exploitation, de 352 kilomètres de lignes en construction et de 436 kilomètres de lignes en projet, réparties sur les réseaux du Midi, du P.-O. et du P.-L.-M., dont la majorité des lignes se trouvent à proximité des chutes des Pyrénées, du Massif Central et des Alpes.

Au total, l'opération englobait environ le cinquième de la longueur totale de notre réseau ferré d'intérêt général. Les réseaux du Nord et de l'Est, occupés de la reconstruction de leurs lignes, d'ailleurs pour la plupart situées en plaine, et celui de l'Etat, décidé à électrifier seulement ses lignes de banlieue, restaient en dehors de ce vaste programme, dont l'exécution a été considérablement retardée par les difficultés financières de l'après guerre.

Aujourd'hui, sur 42.000 kilomètres de voies ferrées, la France possède 1.640 kilomètres de voies électrifiées, proportion plus de deux fois supérieure à celle des Etats-Unis et supérieure également à la moyenne de l'Europe. C'est toutefois en Suisse que l'électrification est actuellement la plus poussée, comme il est naturel en un pays très riche en énergie hydraulique : environ 60 p. 100 de ses lignes sont électrifiées.

En France, la Compagnie du Midi a mis en exploitation au mois de juillet 1929, la ligne transpyrénéenne à traction électrique d'Ax-les-Thermes à Puycerda (43 km.) qui a établi une nouvelle communication entre la France et l'Espagne.

En mai 1930, elle a mis en service la traction électrique entre Toulouse et Ax-les-Thermes sur une longueur de 123 kilomètres. La ligne transpyrénéenne étant reliée dans la gare-frontière de la Tour-de-Carol à une ligne à traction électrique venant de Perpignan, le voyageur peut aujourd'hui effectuer par Ax-les-Thermes, la Tour-de-Carol, Font-Romeu et Villefranche-Vernet-les-Bains, la traversée complète des pittoresques régions de l'Ariège et des Pyrénées Orientales.

Poursuivant son œuvre de progrès, la Compagnie a inau-

guré le 14 novembre de la même année la ligne électrique Toulouse-Castres, avec embranchement pour Revel.

En 1931, deux lignes électrifiées, formant un total de 190 kilomètres, ont été mises en service : ce sont celle de Cambo à Saint-Jean-Pied-de-Port et Saint-Etienne-de-Baigorry et celle de Béziers à Séverac. Si bien qu'à l'heure actuelle, la traction électrique intéresse le tiers environ du trafic du réseau (1).

L'année 1932 verra s'achever l'électrification de la ligne Béziers-Neussargues (277 km.) et s'amorcer celle des lignes Montauban-Sète et Bordeaux-Pointe-de-Grave.

La Compagnie du Midi aura ainsi entièrement réalisé son programme.

Sur le P.-O., la traction électrique mise en service à partir de 1926 a été étendue progressivement.

La ligne Paris-Toulouse est électrifiée jusqu'à Vierzon. Le nouveau programme du réseau comporte l'équipement des sections Orléans-Tours et Vierzon-Brive dont les travaux seront respectivement terminés en 1933 et 1935. La Compagnie disposera alors de 700 kilomètres de voies électrifiées.

Le réseau du P.-L.-M., bien moins avancé que les deux précédents, a seulement électrifié la ligne de Culoz à Modane, soit 135 kilomètres environ.

Enfin, l'électrification des lignes de la banlieue de Paris, en particulier des lignes de Versailles et de Saint-Germain, a été réalisée par le réseau de l'Etat.

(1) Au 31 décembre 1931, sur 4.290 kilomètres de lignes exploitées par le réseau, il y avait 1.361 kilomètres de voies électrifiées.

SECTION II

Accélération de la vitesse.

La mise en service de nouvelles locomotives à vapeur, type « Pacific », les perfectionnements apportés à celles d'un type plus ancien ainsi qu'à la signalisation et à la voie, ont permis d'autre part aux réseaux d'améliorer leurs horaires au cours de ces dernières années. En Angleterre et dans certaines régions des Etats-Unis, les vitesses de 130 et 135 kilomètres sont souvent atteintes ⁽²⁾. En France, une réglementation désuète qu'il conviendrait de réviser, fixe à 120 kilomètres-heure la vitesse moyenne maxima de nos chemins de fer, alors que sur des notables portions de voies excellentes on pourrait aisément dépasser cette limite.

Néanmoins, c'est dans notre pays seul qu'on trouve un ensemble de trains aussi rapides.

Le nombre des parcours effectués sur les divers réseaux à 90 kilomètres et plus de moyenne s'est élevé à 129 en 1932 ⁽³⁾.

Le Nord vient en tête de tous les réseaux français. C'est lui qui détient le plus grand nombre de marches extra-rapides.

A l'occasion de l'Exposition de Liège, en mai 1930, la Compagnie avait mis en service entre Paris et Liège un nouveau rapide qui parcourait d'une seule traite, en quatre heures, les 367 kilomètres qui séparent ces deux villes. Le *Valeureux Liégeois*, tel était son nom pittoresque, effec-

(2) Le record mondial de la vitesse est détenu par le *Cheltenham Flyer*, du G. W. R., qui effectue le trajet Swindon-Londres (124 km. 300) en 56'47'', soit à l'allure horaire moyenne de 130 km. 690.

(3) On en comptait 67 en 1929, 85 en 1930, 100 en 1931.

tuait le parcours français (239 km.) à l'allure moyenne de 106 kilomètres à l'heure.

Le train le plus rapide de France est à l'heure actuelle le rapide Paris-Saint-Quentin, n° 185, qui franchit les 153 km. 200 du parcours, en 1 h. 28, ce qui donne une vitesse horaire moyenne de 104 km. 400.

Immédiatement après lui, on peut citer le *Basque bondissant*. Ce dernier, créé par la Compagnie du Midi pour assurer la correspondance de jour de la Côte basque et des Pyrénées avec le rapide Bordeaux-Paris, couvre la distance Dax-Bordeaux (147 km.) en 1 h. 27, soit une vitesse commerciale de 101 kilomètres environ.

Sur le réseau de l'Est, les parcours Paris-Troyes, Bar-le-Duc-Paris, Chaumont-Paris et Belfort-Troyes, comportant de longues distances, sont couverts à une vitesse moyenne de 97 à 98 kilomètres-heure. En outre, quatre trains font sans arrêt le trajet Paris-Nancy (353 km.), ou inversement, en 3 h. 52, soit 91 km. 200 de moyenne. Cet horaire est supérieur à celui, si célèbre en Angleterre, de Londres-Plymouth sans arrêt.

L'Orléans a accéléré le Sud-Express auquel il a donné une moyenne de 98 kilomètres sur une section de profil facile, il est vrai, entre Les Aubrais et Saint-Pierre-des-Corps.

Sur les lignes Paris-Le Mans-Rennes et Nancy-Strasbourg des réseaux de l'Etat et d'Alsace-Lorraine, on trouve des marches de plus de 90 kilomètres. Ajoutons qu'au cours de l'été 1932 le P.L.-M. a amélioré sensiblement la marche d'un assez grand nombre de trains, notamment de ceux en relations avec la Suisse et l'Italie.

Les longs parcours sans arrêt, dont la limite, pour des raisons techniques, semble devoir atteindre 370 kilomètres

environ ⁽⁴⁾, sont définitivement entrés dans la pratique de nos réseaux. On compte actuellement une quarantaine de parcours de ce genre avoisinant ou dépassant 200 kilomètres.

Dans ce domaine, le record un moment détenu par le *Valeureux Liégeois* de la Compagnie du Nord, appartient aujourd'hui au rapide Paris-Berlin qui effectue sans arrêt le trajet Paris-Liège (367 km.).

Il convient de signaler également sur le même réseau les rapides *Etoile du Nord* et *Oiseau bleu*, qui effectuent dans les mêmes conditions le trajet Paris-Bruxelles (344 km.), ainsi que le Paris-Nancy de la Compagnie de l'Est (353 km.).

SECTION III

Tarifs-voyageurs.

Les tarifs voyageurs des réseaux sont fixés, depuis le 16 août 1926, à 0 fr. 45 par kilomètre (1^{re} classe), 0 fr. 30 (2^e classe), 0 fr. 20 (3^e classe).

La France est le pays qui a le moins relevé ses tarifs voyageurs depuis la guerre. Le coefficient de majoration par rapport à 1913 est en effet, en valeur-or, de 0,68 seulement, 1 étant le tarif d'avant-guerre ⁽⁵⁾. Néanmoins, comme il s'ajoute à ces tarifs très modérés un impôt sur les transports ⁽⁶⁾ particulièrement lourd, le prix des places en chemin de fer demeure assez élevé dans notre pays.

(4) En Angleterre, parcours sans arrêt Londres-Edimbourg, 632 km. 300; Londres-Carlisle, 484 km. 300.

(5) Il atteint en Italie 0,89, Angleterre 1,50, Allemagne 1,10 à 1,67, Suisse 1,62, Pays-Bas 1,57, Suède 1,89, Norvège 2,03. V. Ch. Transports, 10 avril 1930.

(6) V. *supra*, p. 173.

Aussi les réseaux ont-ils accordé de bonne heure de nombreuses facilités de circulation.

A. — Ils délivrent pendant toute l'année :

1° Des billets à prix réduits aux membres des familles françaises, ayant au moins trois enfants âgés de moins de 18 ans. Chaque membre de la famille peut obtenir une carte d'identité individuelle qui lui donne droit à une réduction de 30 à 70 p. 100 (suivant le nombre d'enfants) sur les billets simples ou sur les billets d'aller et retour ordinaires;

2° Des billets d'aller et retour de famille à prix réduits aux familles d'au moins trois personnes. Ceux-ci sont établis pour toutes les destinations, en toutes classes, lorsque le parcours à effectuer, retour compris, atteint 300 kilomètres. La famille est entendue dans un sens assez large puisque le billet peut comprendre les descendants ou ascendants du chef de famille et de sa femme et un certain nombre de serviteurs. La réduction sur le prix des billets ordinaires est de 25 p. 100 pour la deuxième personne, de 50 p. 100 pour la troisième et de 75 p. 100 pour les suivantes. Une réduction supplémentaire est accordée quand le parcours total dépasse 400 kilomètres. La validité varie de 33 à 140 jours suivant l'époque de l'année. D'autre part, les voitures automobiles remises aux chemins de fer par les titulaires de ces billets sont transportées à des prix très réduits;

3° Des cartes strictement personnelles, qui, moyennant paiement de sommes forfaitaires déterminées, permettent à leurs titulaires de voyager pendant un certain temps (un, deux, trois, six mois, un an) à demi-tarif;

4° Le P.-L.-M. émet des billets d'excursions à itinéraires fixes, avec parcours en chemin de fer ou bien en chemin de fer et autocar;

5° Le P.-O., l'Etat, le Midi, délivrent en toutes classes des billets pour voyages circulaires à itinéraires facultatifs, valables de 30 à 60 jours, suivant la distance à parcourir et avec faculté de prolongation.

B. — Les réseaux accordent pendant certaines périodes de l'année seulement et sous certaines conditions :

1° des billets d'aller et retour individuels, à prix réduits, pour stations balnéaires (« billets de bains de mer ») et pour stations thermales et climatiques;

2° des billets d'aller et retour d'excursions à prix réduits, de fin de semaine ou du dimanche, et des billets d'aller et retour, dits billets « de sports d'hiver »;

3° des trains spéciaux sont organisés le dimanche pendant la belle saison par les chemins de fer de l'Etat, à destination de Dieppe, Le Havre, Trouville et Saint-Malo;

Enfin, les services d'autocars organisés par les réseaux et qui font l'objet de la section suivante, ont provoqué la création d'un type de billet répondant aux exigences du nouveau mode de circulation, par la combinaison, dans des conditions avantageuses, des trajets en chemin de fer avec les trajets en automobile.

CHAPITRE II

L'AUTOMOBILE ET LA ROUTE

Si le chemin de fer reste le véhicule essentiel, l'organe indispensable du voyage, l'automobile, par contre, convient beaucoup mieux que lui aux déplacements touristiques. Seule elle permet de voir, d'admirer, de découvrir les coins les plus ignorés. Elle se prête admirablement à toutes les exigences soit que, roulant au ralenti, on désire s'attarder à une visite détaillée et approfondie d'une région, soit que, roulant plus vite, on veuille se contenter d'une vision d'ensemble. Aussi le tourisme a-t-il trouvé en elle un merveilleux instrument, sous la forme individuelle des voitures particulières, sous la forme collective des autocars.

SECTION I

Autorails et services d'autocars de tourisme.

Le développement prodigieux de l'automobile dans tous les pays du monde s'est effectué en une douzaine d'années environ. Jadis engin de luxe réservé à quelques privilégiés de la fortune, elle est entrée aujourd'hui dans toutes les classes sociales. La désorganisation à l'issue de la guerre des communications par voie ferrée a largement favorisé en France la vulgarisation de ce nouveau mode de transport.. Dès cette époque, on peut voir apparaître une foule d'entreprises de transports automobiles en commun revêtant les formes les plus variées : services subventionnés par

l'Etat avec ou sans concours des départements, services subventionnés par les départements et les communes, services libres. Suivant un relevé approximatif effectué par le service du contrôle commun des chemins de fer au ministère des Travaux publics et signalé par le bulletin de mai-juin de l'Association internationale permanente du Congrès de la route, il y aurait eu en France, en 1931, 61.000 kilomètres de voies publiques desservies par des services subventionnés (dont 30.000 bénéficiant d'une subvention de l'Etat) et 30.000 kilomètres desservis par des services libres.

De leur côté, les grands réseaux français ne sont point restés inactifs. Ils ont vu de bonne heure en l'automobile un auxiliaire précieux du rail, susceptible de faciliter aux touristes l'accès des sites reculés, en particulier des régions montagneuses, qui, par suite des difficultés de tracé, se trouvaient éloignées des grandes artères ferroviaires.

Reprenant le programme déjà ébauché avant la guerre ⁽¹⁾ les réseaux décidèrent hardiment d'utiliser l'automobile pour assurer les trafics non desservis par le chemin de fer. Autour et à l'intérieur des grands centres touristiques, ils ont créé eux-mêmes des circuits d'autocars, prolongements du rail, ou bien ils en ont concédé l'exploitation à des entreprises régionales qu'ils soutiennent soit par des subventions fixes, soit par la garantie d'un minimum de recettes par voiture-kilomètre ⁽²⁾.

Ces services automobiles présentent tous les avantages

(1) Déjà à cette époque les réseaux avaient organisé des circuits en voitures à chevaux dans la Grande Chartreuse. En 1910 fut créée la route d'été des Alpes d'Evian à Nice en autocar.

(2) Ces entreprises sont liées aux réseaux par des contrats comportant de véritables cahiers des charges relatifs aux modèles des voitures, au choix des itinéraires et à la fréquence des horaires.

inhérents au transport en commun : périodicité de la circulation et horaire réglé. Le voyageur a la faculté de retenir sa place à l'avance, moyennant une légère rétribution, et le prix des parcours est toujours modéré. Les autocars, munis de freins multipliés et constamment surveillés, dirigés par des conducteurs éprouvés, offrent en outre des garanties de sécurité, dont ne sauraient se prévaloir, surtout sur les routes de montagne, les voitures particulières. Les touristes n'éprouvant aucune appréhension peuvent ainsi goûter pleinement les charmes du voyage. Aussi ces services ont-ils connu dès le début un très vif succès.

En 1928, chacun des réseaux a constitué, avec l'approbation du ministre des Travaux publics, une « Société filiale auxiliaire de transports automobiles », qui a reçu mission de coordonner et de multiplier les services touristiques, « affluents du rail ».

Ces derniers ont pris à la suite de cette initiative une grande extension. Leur longueur totale, qui atteignait en 1929 23.000 kilomètres environ, soit plus de la moitié du réseau ferré d'intérêt général (41.842 km.), s'est, depuis lors, progressivement étendue (43.000 km. en 1931).

La Compagnie du P.-L.-M., initiatrice du tourisme automobile en commun, possède aujourd'hui le réseau de circuits automobiles le plus développé. Sa longueur est passée de 1.900 kilomètres en 1919 à 11.000 kilomètres en 1930, dépassant ainsi celle du réseau ferré de la Compagnie (9.870 km.). Le nombre des voyageurs transportés est devenu treize fois plus important.

Son entreprise la plus hardie a été assurément la création de la fameuse « route des Alpes », dont le succès a été considérable dès l'origine. La route des Alpes d'hiver,

d'Aix-les-Bains à Nice, par Grenoble et Digne, réunit les stations de sports d'hiver à la Côte d'Azur. Pendant l'été, la route des Alpes se continue à travers tout le Jura, jusqu'à Besançon et Mulhouse, où elle rejoint la route des Vosges des chemins de fer d'Alsace-Lorraine.

N'oublions pas non plus la route du Littoral, de Marseille à Nice, les nombreuses excursions au départ de Menton, Nice, Cannes, Hyères, Marseille, les admirables circuits de la Corse et ceux de la Provence dont les villes d'Avignon, Arles et Nîmes sont les têtes de ligne.

Le domaine touristique du P.-O., s'il ne présente point l'ampleur de celui du P.-L.-M., est néanmoins remarquablement varié, puisqu'il englobe la Touraine, l'Anjou, les côtes méridionales de la Bretagne et la plus grande partie du Massif Central.

Cette Compagnie avait, elle aussi, avant la guerre, organisé divers services automobiles : Rocamadour-Padirac, Mont-Dore-Saint-Nectaire, Quimper-Morgat, Tours-Châteaux de la Loire. Les principaux circuits actuels comprennent la banlieue de Paris, l'Orléanais, les châteaux de la Loire, la côte sud de la Bretagne, la vallée de la Creuse, le Limousin, Périgord, Guyenne, Quercy, les gorges du Tarn, la route thermale d'Auvergne, etc.

La création la plus remarquable de la Compagnie du Midi est incontestablement la « route des Pyrénées », de Cerbère ou Carcassonne à Biarritz, qui franchit des cols de plus de 2.000 mètres d'altitude et traverse toutes les grandes stations thermales pyrénéennes.

La pittoresque « route des Vosges » est l'œuvre de l'Alsace-Lorraine, en collaboration avec l'Est. Sur ce dernier réseau, signalons, en outre, les remarquables circuits de la Lorraine, des champs de bataille et des Ardennes.

Le réseau de l'Etat a organisé divers services automobiles autour de Versailles, en Normandie, au Mont Saint-Michel, en Bretagne (route de Bretagne en commun avec le P.-O.), et entre la Loire et l'océan, la « route de l'océan ».

Enfin, les villes de Senlis, Compiègne, Laon, Arras, sur le réseau du Nord, sont chacune le point de départ de nombreux circuits, qui assurent la visite des forêts d'Ermenonville et de Compiègne, de la cathédrale de Soissons, des champs de bataille de la région de Laon (plateau de Craonne et Chemin des Dames) et de ceux de l'Artois.

La concurrence que l'automobile fait au chemin de fer, particulièrement sur les lignes secondaires, a amené les réseaux à adopter de nouvelles méthodes d'exploitation qui ne sont pas sans intérêt au point de vue touristique. Jusqu'à ce jour, la desserte de ces lignes a été assurée la plupart du temps à l'aide de locomotives devenues insuffisantes pour les trains des grands parcours et de voitures démodées inutilisables pour la composition de ces mêmes trains, donc dans des conditions ne donnant pas aux voyageurs les commodités horaires et le confort indispensables pour les engager à se déplacer.

Désormais le transport des voyageurs de grand centre à grand centre continuera seul à se faire par le train. Les lignes secondaires peu fréquentées seront desservies progressivement par des autobus sur route et par des automobiles sur rails. Ce programme, favorablement accueilli par le Conseil supérieur des chemins de fer, a déjà reçu un commencement d'exécution. C'est ainsi que la Compagnie d'Orléans a remplacé sur quelques lignes à faible trafic une partie des trains de voyageurs par des autobus. L'organisation de ce service a été confiée à la Société des

transports automobiles du P.-O. (S. T. A. P.-O.), qui a obtenu, à partir du 1^{er} janvier 1932, la concession de l'ensemble des services d'autobus et tramways du département de la Corrèze et qui est en instance d'obtenir des concessions analogues dans d'autres départements.

Quelques autorails baptisés « Michelinés » ⁽³⁾ ou « Paulines » circulent également depuis plusieurs mois déjà sur les divers réseaux. La Micheliné a été présentée pour la première fois le 23 juillet 1931 sur la ligne Paris-Chartres et le premier service régulier de ce genre a été créé en mars 1932 par la Compagnie de l'Est sur le parcours Charleville-Givet.

L'originalité de ces véhicules réside dans ce fait qu'ils sont munis de bandages pneumatiques tout comme les automobiles ordinaires. La remarquable adhérence du caoutchouc sur l'acier a permis aux constructeurs de réaliser un engin léger offrant un faible poids mort par rapport au nombre de places disponibles et susceptible d'atteindre sans inconvénient de très grandes vitesses. A la douceur du roulement, au silence de la marche à toute allure, l'autorail joint en effet l'avantage très appréciable pour le touriste d'assurer le service d'un omnibus à la vitesse d'un express.

SECTION II

La route.

Le développement intensif du tourisme automobile soit en autocars, soit en voitures particulières non seulement sur les grands routes, mais bien sur les voies de toutes catégories, en appelant l'étude et la solution de divers pro-

(3) La formule de l'automobile sur rails a été mise à l'honneur par la maison Michelin.

blèmes, a conduit les pouvoirs publics à adopter une politique générale de la route.

A. — *L'entretien de la route.*

En premier lieu, il a paru indispensable, au cours de ces dernières années, de remettre en état notre réseau routier sérieusement dégradé par un trafic automobile de jour en jour croissant. Cette opération n'a pas, à proprement parler, rencontré de difficultés d'ordre technique, car la route moderne n'a pas de secrets pour nos ingénieurs spécialistes. Elle s'est heurtée surtout, en particulier pour nos routes départementales et vicinales, à des difficultés d'ordre financier.

Jusqu'à la loi du 16 avril 1930, l'entretien de ces deux catégories de voies incombait entièrement aux budgets locaux et constituait pour eux une très lourde charge.

Les communes, en particulier, se trouvaient dans l'impossibilité notoire de faire effectuer, à l'aide des centimes additionnels spéciaux et du produit des journées de prestations instituées par la loi du 21 mai 1836, les travaux nécessaires pour améliorer les chemins vicinaux.

Sans doute, l'Etat ne se désintéresse pas complètement des routes qui n'entrent point dans le réseau national puisque, en vertu de la loi du 12 mars 1880, il accorde aux départements et aux communes des subventions « ordinaires », « extraordinaires » et « exceptionnelles ». Mais ces secours sont plus illusoires que réels (4).

(4) Les subventions ordinaires et extraordinaires, accordées dans des cas strictement limités ou exceptionnels, visent uniquement les travaux de premier établissement et excluent les travaux d'entretien. Quant aux subventions exceptionnelles, seules destinées à la « remise en état » des routes départementales et vicinales, elles sont beaucoup trop faibles pour apporter une aide appréciable aux budgets départementaux et communaux.

Aussi la recherche de crédits nouveaux a-t-elle donné lieu, dès 1923, à divers projets de lois préconisant la création d'un « Office des routes ».

Présentés successivement par MM. Le Trocquer, Charlot, Peytral, en pleine crise budgétaire, aucun d'eux n'a été retenu. Cet « Office des routes » devait être organisé en établissement public. Il disposait ainsi d'un budget spécial, alimenté par une subvention annuelle de l'Etat, correspondant aux dépenses portées chaque année au budget général au titre des routes; par le produit d'impôts nouveaux perçus sur les usagers de la route et par des emprunts éventuels. Comme il était à prévoir que le nombre des usagers ne cesserait de croître, les ressources de l'Office augmenteraient ainsi régulièrement et permettraient de faire face à l'aggravation des charges correspondant au développement du trafic. En outre, en évitant l'incertitude du vote annuel et souvent tardif du budget, l'Office se trouvait en mesure d'établir un programme général de travaux et de conclure des marchés de longue durée.

Cette combinaison financière présentait donc de réels avantages; par contre, deux grands défauts ont entraîné son échec : elle rompait l'unité budgétaire et portait atteinte au principe de la centralisation administrative.

La loi du 30 décembre 1928 (art. 36, 37, 38 et 142) est venue la première augmenter sensiblement les ressources mises à la disposition des collectivités locales pour l'entretien de leur réseau routier.

Elle institue une surtaxe sur les carburants, dont le produit doit être intégralement employé à des travaux d'amélioration du réseau routier; crée auprès du ministre de l'Intérieur une Commission chargée d'établir à bref délai

« un programme de réfection, de réparation et d'entretien des routes non nationales soumises à une circulation particulièrement intense » et de répartir chaque année entre les départements, au prorata de leurs ressources et de leurs charges, les crédits inscrits à cet effet.

Le prélèvement opéré par les départements pour l'entretien de leurs chemins de grande communication et d'intérêt commun est réduit au profit des communes à la moitié des trois journées de prestations ou de la taxe vicinale correspondante.

La loi ouvre d'autre part, en faveur des départements, un crédit de 1 milliard de francs, afin que ces derniers puissent consentir aux communes, pendant cinq ans, des avances à un taux d'intérêt réduit pour la construction ou la restauration des chemins vicinaux ordinaires.

Néanmoins, pour les raisons qui vont suivre, cette loi n'apportait au problème routier qu'une solution très superficielle. Le développement surprenant du trafic routier ne s'est pas, en effet, réalisé comme on aurait pu le croire, en fonction de l'importance respective des routes, déterminée d'après leur classification administrative. Si, en 1929, la circulation était cinq fois plus forte sur les routes nationales qu'en 1875, par contre, sur les voies secondaires (routes départementales et vicinales), jadis peu fréquentées, le nombre de colliers-kilomètres ⁽⁵⁾ avait augmenté dans des proportions beaucoup plus considérables, de un à quinze ou vingt en l'espace de vingt ans ⁽⁶⁾. Dans

(5) Pour mesurer l'usure produite sur les routes par l'accroissement de la circulation automobile, les techniciens prennent comme unité le « collier-kilomètres », qui correspond à la circulation d'un cheval attelé. C'est ainsi qu'au point de vue de l'usure une automobile correspond à 5 colliers.

(6) V. Rapport A. Borrel sur le projet de loi fixant le statut du réseau routier de France, Chambre, 1931, n° 4296.

de nombreuses régions touristiques, maints chemins de grande communication, d'intérêt commun ou vicinaux ordinaires, possèdent une circulation automobile beaucoup plus intense que certaines routes nationales. Etant donné la multiplication des transactions commerciales et le goût des voyages sans cesse croissant, on peut affirmer, sans crainte d'erreur, que cette situation s'accroîtra dans l'avenir : la circulation augmentera non seulement sur les voies principales, mais bien sur les routes de toutes catégories.

Dès lors, puisqu'une grande partie des chemins de grande communication, d'intérêt commun et chemins vicinaux ordinaires se trouvent et seront chaque jour dégradés par une circulation générale et non plus locale comme par le passé, pourquoi persister à confier leur entretien aux seules collectivités locales ? Il semble beaucoup plus logique de mettre les dépenses y afférentes à la charge de l'Etat, au moins pour partie.

Ainsi, pour que la remise en état de la voirie départementale et communale fût rendue possible, il ne fallait point persévérer dans la voie où l'on s'était engagé jusqu'alors, c'est-à-dire se contenter d'augmenter chaque année dans la loi de finances les crédits de la route. En réalité, cette remise en état était subordonnée à la modification du régime administratif et financier du réseau routier, car l'ancienne classification des voies de terre ne correspondait plus du tout à l'importance actuelle du trafic.

La première proposition de loi déposée dans ce sens fut celle de M. Charlot, présentée à la Chambre le 7 février 1929 : La circulation routière, grâce à l'automobile (7),

(7) V. *Doc. parl.*, Chambre, 1929, n° 1235.

prend de plus en plus un caractère général. Un grand nombre de chemins départementaux ont, de ce fait, un trafic se rapprochant de celui des routes nationales. Pourquoi ne procéderait-on pas, en deux étapes, au classement dans le réseau national de 100.000 kilomètres de chemins de grande communication et d'intérêt commun, susceptibles d'assurer les besoins d'un grand et moyen trafic.

Les dépenses d'entretien ou de réfection qu'ils nécessiteraient incomberaient respectivement à l'Etat et aux départements jusqu'à concurrence des deux tiers et d'un tiers. Tous les autres chemins vicinaux conserveraient leur statut actuel. Ils resteraient placés sous l'autorité des conseils généraux et du ministre de l'Intérieur. Leur entretien demeurerait à la charge des budgets des collectivités locales.

Au point de vue financier, M. Charlot renonçait à la création d'un office des routes et se montrait partisan d'un budget annexe, alimenté (« sans toucher en rien à l'équilibre budgétaire général et sans impôts nouveaux ») à l'aide de la subvention générale de l'Etat en faveur des routes, du demi-produit de la taxe sur les carburants, instituée par l'article 36 de la loi du 30 décembre 1928, et de la moitié de la plus-value des impôts de la route à partir de 1928.

Ces ressources seraient employées à l'entretien et à la réparation des routes nationales de première et deuxième catégories, aux travaux de premier établissement des routes nouvelles et à l'aménagement de routes anciennes.

La proposition Charlot fut suivie d'un projet de loi du gouvernement dont l'objet est beaucoup plus général, déposé par M. Tardieu le 12 février 1930 ⁽⁸⁾. Selon l'exposé

(8) V. *Doc. parl.*, Chambre, 1930, n° 2885.

des motifs, il « comporte fixation d'un statut complet de la route, s'appliquant à toutes les catégories de chemins, et assure la concentration en même temps qu'une unification aussi large que possible de toutes les réglementations éparses dans un grand nombre de textes plus ou moins anciens. Il fait ainsi œuvre nouvelle en matière administrative ».

Par suite de l'intensification progressive de la circulation automobile qui a déplacé les courants du trafic routier, l'ancienne classification administrative ne répond plus du tout aux besoins ni à la réalité des faits. Cependant, comme on ne peut faire abstraction complète des divisions administratives de la France, le projet répartit les voies de terre en routes nationales, chemins départementaux et voies communales. Le classement dans l'une ou l'autre catégorie s'effectuerait d'après le caractère plus ou moins général de la circulation. Des routes départementales, des chemins de grande communication et d'intérêt commun, ou même des chemins vicinaux ordinaires, passeraient dans le réseau des routes nationales. Inversement, on incorporerait dans les réseaux inférieurs les tronçons de voie qui auraient perdu de leur importance.

Le projet de loi nouveau prévoit l'incorporation dans le réseau routier national, avec prise en charge totale par l'Etat, de 70.000 kilomètres de routes et chemins jusqu'alors entretenus par les départements avec ou sans concours des communes.

Celles-ci, dit l'exposé des motifs, « conserveront la libre disposition de la totalité des journées de prestations et centimes pour faire face, avec des ressources suffisantes, à l'entretien de leurs chemins communaux. Les départements, privés de ces ressources, trouveront une compensa-

tion dans l'allégement que l'Etat apportera à leurs charges, dans les conditions indiquées précédemment ».

Le projet laisse à l'Etat la gestion du « réseau national reconstitué et mis en harmonie avec la situation de fait ». Il laisse aux départements et aux communes la gestion des autres voies et respecte les prérogatives dont jouissent les conseils généraux et municipaux en vertu de lois existantes. Mais l'unité désirable est obtenue par l'institution d'une « direction générale des routes », placée sous l'autorité des ministres des Travaux publics et de l'Intérieur.

En outre, comme il y a le plus grand intérêt à associer les usagers de la route à l'œuvre de rénovation du réseau routier, le projet prévoit la création d'un « Conseil supérieur de la route », qui sera consulté « sur les grands problèmes à résoudre, tant en ce qui concerne le classement et l'aménagement des voies que leur exploitation ».

La loi de finances du 16 avril 1930 (art. 146, 147, 148), qui vient compléter celle du 30 décembre 1928, dont nous avons parlé plus haut, s'inspire à la fois des dispositions contenues dans la proposition Charlot et dans le projet de loi du gouvernement, et c'est la raison pour laquelle il nous a paru intéressant d'analyser brièvement ces derniers.

L'article 146 autorise le classement dans la voirie nationale, suivant une procédure déterminée, de 40.000 kilomètres de routes et chemins appartenant à la voirie départementale et communale; ce classement sera effectué par étapes et en trois années.

L'article 147 dispose « qu'au fur et à mesure du classement dans le réseau des routes nationales, de 40.000 kilomètres de routes et chemins appartenant à la voirie départementale et communale, et à partir du 1^{er} janvier

1931, les départements devront restituer aux communes, par une réduction des prélèvements opérés sur le produit des journées de prestations, une somme correspondant à l'économie résultant pour eux de la prise en charge par l'Etat de l'entretien des longueurs classées ».

Ainsi, l'entretien des routes incorporées au réseau national passe entièrement à la charge de l'Etat, disposition qui se trouve en accord avec le projet de loi du gouvernement et, à partir du 1^{er} janvier 1933, le classement des 40.000 kilomètres étant effectué, le produit des journées de prestations restera intégralement à la disposition des communes.

L'article 147 prévoit d'autre part, que dans le cas où les départements ne trouveraient point dans la diminution des charges résultant pour eux de l'incorporation au réseau national d'une partie des routes départementales et vicinales la compensation des ressources restituées aux communes (abandon du prélèvement sur les journées de prestations), des subventions (art. 148) leur seraient allouées pour l'entretien et la réfection de la voirie départementale.

Telle est, dans ses grandes lignes, l'économie de la loi du 16 avril 1930. Celle-ci respecte l'ancienne classification des voies de terre, en routes nationales, départementales et vicinales, dont l'entretien incombe respectivement à l'Etat et aux collectivités locales. Seule change la répartition des voies dans l'une ou l'autre catégorie.

Au cours des années 1930, 1931, 1932, en effet, 40.000 kilomètres de routes jadis départementales et vicinales, considérées aujourd'hui comme routes de grand trafic, seront classés dans la voirie nationale et passeront ainsi à la charge de l'Etat. Les départements, dégrevés des

charges correspondantes, pourront, de ce fait, renoncer au profit des communes à leur prélèvement sur le produit des journées de prestations. Les fonds ainsi recouvrés seront consacrés aux travaux intéressant les chemins vicinaux ordinaires et les chemins ruraux reconnus.

La réforme se caractérise donc par une augmentation du réseau national et par un sensible allègement des charges départementales et communales.

Ces heureuses dispositions ont été complétées par les lois du 19 mars et du 28 décembre 1931 autorisant la réalisation immédiate des deux premières tranches du programme d'outillage national. Un crédit de 100 millions a été accordé par la première de ces lois pour les travaux de réfection des routes nationales. Pour ces mêmes travaux s'appliquant aux routes nationales de l'ancien réseau et aux routes classées par la loi du 16 avril 1930 dans la voirie nationale ainsi qu'à leurs pistes cyclables, la seconde a consenti des crédits s'élevant respectivement à 200 et 280 millions.

B. — *Adaptation de la route au tourisme automobile.*

Sur nos routes, tracées et conçues pour une circulation rare et lente, on a lancé sans hésitation des véhicules ultra-rapides dont le nombre va chaque jour grandissant. Or, de même qu'une compagnie de navigation ne peut sans travaux préalables faire aborder un grand paquebot dans un petit port de pêcheurs; qu'un réseau de chemin de fer ne peut lancer un rapide marchant à 120 kilomètres à l'heure sur une voie dont les rails n'auraient pas été renforcés et dont les courbes n'auraient pas été rectifiées, de même, si l'on veut diminuer le nombre et la gravité

des accidents de la route, il apparaît indispensable d'adapter celle-ci à la circulation automobile.

Au temps des voitures à chevaux, les véhicules marchaient à faible vitesse, les dépassements et les croisements étaient très espacés, aussi suffisait-il d'une bande de roulement assez étroite pour assurer la circulation hippomobile.

Aujourd'hui, la circulation automobile est si intense que sur certains itinéraires la chaussée se trouve fréquemment utilisée par deux files de véhicules marchant en sens inverse et à des allures très différentes, d'où des croisements et dépassements incessants qui rendent la circulation particulièrement dangereuse sur nos routes à grand trafic.

Aussi, pour diminuer dans la mesure du possible les risques d'accidents, complète-t-on, à l'heure actuelle, les travaux indispensables d'entretien, de réfection, de remise en état des chaussées ⁽⁹⁾ par un élargissement de nos voies les plus fréquentées. C'est ainsi que les crédits accordés par le plan d'outillage national ont permis d'améliorer les sorties des grandes villes. Des travaux d'élargissement sont en cours dans la région parisienne (dans les départements de la Seine, Seine-et-Oise, Seine-et-Marne, Oise, on construit des chaussées de 12 et 9 mètres de large) et dans les régions lyonnaise et marseillaise. Sur le nouveau réseau, les travaux d'élargissement sont en cours dans les seuls départements où les chemins vicinaux se trouvaient en bon état, et où, par conséquent, les premiers crédits affectés ont permis d'entreprendre de suite cette seconde étape.

(9) Dans ce domaine, un effort important s'accomplit actuellement dans l'Aveyron, le Cantal, la Haute-Loire, la Lozère, le Morbihan, Finistère, Ille-et-Vilaine, Côtes-du-Nord, et en Gironde.

L'amélioration de la route doit être aussi envisagée, selon M. Borrel, au point de vue du tracé, du profil et du revêtement (10). Il convient de relever les virages trop courts, auteurs de dérapages funestes, en aménageant dans les chaussées en courbe une pente unique, allant du bord extérieur au bord intérieur; d'atténuer les dos d'âne, car deux véhicules roulant à toute vitesse et en sens inverse peuvent se rencontrer sans avoir eu le temps de s'apercevoir; d'étudier des procédés nouveaux de revêtement pour nos routes goudronnées, qui présentent par temps humide l'inconvénient de devenir glissantes et dès lors dangereuses pour tous les genres de véhicules (11).

Toute l'étendue de notre réseau routier doit en outre être pourvue d'une signalisation judicieuse, destinée à renseigner le touriste au point de vue topographique et à le prévenir contre les obstacles (croisements, virages, cassis, dos d'âne...).

Dans ce domaine, on connaît l'œuvre immense accomplie depuis la guerre par deux grandes associations de tourisme : le Touring-Club et l'Automobile-Club de France. Celles-ci, aidées des principaux constructeurs, Dunlop, Michelin, Citroën, Renault, Peugeot, ont équipé toutes nos routes en signaux d'obstacles ou de protection apparents et rapidement lisibles. Depuis longtemps déjà cette signalisation réclamait un statut, car elle se caractérisait par une incroyable diversité. Aussi M. Chaix, président du T. C. F., prit-il l'initiative d'un vaste mouvement de défense qui aboutit à la création, en janvier

(10) V. Rapp. déjà cité.

(11) Aussi dans quelques départements recouvre-t-on les routes goudronnées d'une couche de sable qui forme un tapis de roulement assez résistant. Mais ce sablage n'est qu'un remède précaire qui reste à la merci de la première averse.

1928, de la Commission de signalisation, réunissant les représentants des pouvoirs publics, des associations de tourisme, des grandes sociétés donatrices, et ayant pour programme « l'unification de la signalisation ». La circulaire interministérielle du 2 mai 1930 a couronné ses patients efforts. La Conférence internationale de la Route, tenue à Paris en 1926, et la Conférence européenne de la circulation routière, réunie à Genève en 1931, ont d'autre part unifié la signalisation sur le plan international.

Mais tous les accidents dont peuvent être victimes aujourd'hui les touristes voyageant en automobile ne sont pas dus uniquement aux seuls défauts de la route, ils relèvent dans bien des cas de l'encombrement de la circulation.

La présence simultanée des bicyclettes et des automobiles, et le croisement de ces dernières avec le chemin de fer aux passages à niveau, constituent en effet un danger permanent.

Aussi l'Administration rétablit-elle, depuis cinq à six ans, sur nos routes nationales, les pistes cyclables laissées à l'abandon depuis la guerre, notamment aux sorties de Paris, dans la région du Nord et dans celle de Lyon, avec le concours financier des collectivités locales, des associations touristiques et sportives. La chaussée se trouve ainsi réservée aux seuls véhicules lourds et rapides.

En ce qui concerne les passages à niveau, la solution la meilleure consisterait à les supprimer tous et à les remplacer par des passages aériens ou souterrains. On ne peut malheureusement, car elle est trop coûteuse, l'appliquer qu'aux seuls passages à niveau situés aux points où la circulation ferroviaire et routière est excessivement intense et dangereuse. 30 millions ont été accordés à cet effet par

la loi du 28 décembre 1931, « tendant à la réalisation immédiate de certains travaux relatifs au perfectionnement de l'outillage national. » Tous les autres passages à niveau seront conservés soit avec leurs barrières, soit comme passages à niveau non gardés.

Les réseaux en collaboration avec le service routier se sont efforcés de réduire la gêne et le danger que présentent ces deux dernières catégories en adoptant des mesures appropriées : remplacement des barrières roulantes ou pivotantes par des barrières oscillantes, dont la visibilité, de nuit, a été améliorée par l'installation de cataphotes (surfaces réfléchissantes); perfectionnement des moyens d'annonce de l'arrivée des trains. La suppression des barrières a été d'autre part subordonnée à l'établissement : sur la route, à 200 mètres environ du passage à niveau, d'un signal constitué par une plaque triangulaire portant une silhouette de locomotive; et aux abords du passage, d'un signal en croix de Saint-André, complété par un feu clignotant de couleur orange.

D'autre part, pour décongestionner la circulation, il est question depuis quelques années déjà de créer des routes spéciales pour automobiles. Ces « autoroutes » seraient tracées complètement en ligne droite, des travaux d'art supprimeraient les petits valonnements, leur donnant ainsi un profil à peu près semblable à celui des voies ferrées. Comme leur construction coûterait extrêmement cher, elles ne seraient accessibles qu'aux voitures soumises à un droit de péage assez élevé, afin de couvrir les frais d'entretien et l'amortissement.

Leur opportunité fait encore à l'heure actuelle l'objet de vives controverses. A première vue, en effet, l'autoroute paraît être la négation même du tourisme automobile. Nos

routes sont pittoresques et jolies, chaque tournant nous réserve une surprise; quand, pour se rendre d'une ville à une autre, il faudra emprunter l'autoroute toujours droite, toujours pareille, il n'y aura plus, semble-t-il, aucune raison de voyager en automobile, il vaudra beaucoup mieux prendre le train. En réalité, ces routes spécialisées permettraient de se rendre avec plus de rapidité et de sécurité qu'aujourd'hui dans les centres de tourisme. Elles ne seraient pas nécessairement dépourvues de tout intérêt touristique; d'ailleurs, rien n'empêcherait les touristes, une fois parvenus dans la région qu'ils désirent visiter, d'abandonner l'autoroute pour emprunter le réseau routier ordinaire.

Si la réalisation d'un réseau européen d'autoroutes reliant les capitales et les grands ports européens ⁽¹²⁾ se heurte à l'heure actuelle à des difficultés financières, juridiques et douanières, par contre, un certain nombre de routes de ce genre sont aujourd'hui construites ou projetées dans différents pays.

L'Italie possède déjà en Lombardie un réseau important « d'autostrades ». La plus soigneusement aménagée est celle qui relie Rome à Ostie (28 km.), intensément éclairée de nuit et sans bifurcation ni carrefour, les voies transversales ayant été dénivelées et passant désormais sous l'autostrade.

La question a fait également l'objet de nombreuses études en Allemagne où il existe actuellement une autoroute Bonn-Cologne et une piste d'essai Berlin-Potsdam. D'autre part, une société allemande, le « Hafraba », constituée déjà

(12) Le schéma en a été dressé par le Congrès international des autoroutes, tenu à Genève en août-septembre 1931, sous la présidence de M. Lainé, industriel français.

depuis plusieurs années, poursuit la mise au point d'un projet d'autoroute **Hambourg-Francfort-Bâle**. Des difficultés d'ordre financier et législatif en ont retardé jusqu'ici l'exécution. Cette autoroute comporterait deux voies, séparées par une sorte de trottoir et larges chacune d'environ huit mètres; elle constituerait la section nord d'une grande artère internationale **Hambourg-Bâle**, qui serait prolongée à travers la Suisse, pour se raccorder, dans la région des lacs lombards, au réseau italien.

En Autriche et Hongrie, une autostrade **Vienne-Budapest** a été ouverte à la circulation en octobre 1930.

D'autres pays d'Europe ont également à l'étude des projets d'autoroutes, c'est le cas notamment de l'Espagne, où l'Etat a laissé à des entreprises privées le soin de réaliser les autopistes **Irun-Madrid** et **Madrid-Valence**, et de la Suisse, où un comité s'occupe activement de la création d'une autostrade de **Berne à Thoun**.

Aux Etats-Unis, le développement du tourisme automobile a rendu nécessaire la création de « **superhighways** », qui constituent en fait de véritables autoroutes.

En France, la seule réalisation dans ce domaine est, à l'heure actuelle, l'autoroute du **Puy-de-Dôme**, ouverte à la circulation depuis 1927, en remplacement du chemin de fer qui conduisait de **Clermont-Ferrand** au sommet du **Puy-de-Dôme**. Cette autoroute, dont le but est essentiellement touristique, comporte perception de péages. Mais le développement incessant de l'automobilisme entraînera sans nul doute, dans quelques années, la réalisation de deux projets qui font aujourd'hui l'objet de demandes de concession. C'est, d'une part, l'autoroute du Nord de la France, dont le tracé partirait du **Bourget**, à 6 kilomètres au nord de Paris, pour atteindre **Lille** avec une bifurca-

tion sur Calais et possibilité de prolongation ultérieure vers Bruxelles, la Hollande et Hambourg, et au sud vers Bordeaux, l'Espagne, Gibraltar, donnant ainsi accès à l'Afrique du Nord; d'autre part, l'autoroute de Lyon à Evian, dont la branche Annemasse-Evian, avec bifurcation sur Genève, pourrait être réalisée la première. La route comporterait deux chaussées de 6 mètres chacune séparées par un trottoir (13).

Enfin, les pouvoirs publics ne sont pas restés indifférents à la fréquence et à la gravité des accidents d'automobiles survenus au cours de ces dernières années. Pressé par des nécessités immédiates, le législateur s'est efforcé de suivre et de réglementer par décrets la circulation automobile. Le Code de la route est venu rassembler toutes ces règles éparpillées en les complétant par des prescriptions nouvelles. Cette œuvre cependant ne saurait être définitive. Des transformations s'opèrent sans cesse dans la circulation, elles appellent des modifications dans la législation.

D'autre part, l'idée d'une « surveillance de la route », qui serait plus éducative que répressive, fait chaque jour des progrès. S'il est nécessaire, en effet, vu le nombre des accidents, de rechercher et de punir les infractions au Code de la route, peut-être n'est-il pas moins indispensable d'organiser, à côté de l'appareil répressif, un système d'éducation pour les usagers de la route.

(13) V. question des autoroutes en France et à l'étranger, *Bull. Quot.*, 10 décembre 1931.

TITRE II

L'HOTEL

Chicago et New-York ont seules le monopole de ces hôtels monstres, véritables cités, où le voyageur trouve à sa portée tous les agréments et toutes les facilités de l'existence.

Le Waldorf-Astoria, l'hôtel le plus à la mode de la grande métropole américaine, renferme dans ses 17 étages 1.500 chambres, 1.200 salles de bains et a coûté près de 40 millions avant guerre.

Les hôtels français ont des proportions beaucoup plus modestes.

On considère chez nous comme grand hôtel celui dont le nombre de chambres atteint ou dépasse 100; comme hôtel moyen, celui qui possède 50 à 100 chambres; on classe enfin parmi les petits hôtels ceux dont la capacité réceptive est inférieure à 50 chambres.

En France, comme d'ailleurs dans la plupart des pays du monde et d'Europe, la majorité des hôtels sont de petites entreprises.

CHAPITRE PREMIER

LE DEVELOPPEMENT ET L'AMELIORATION DE L'HOTELLERIE FRANÇAISE

Avant-guerre, l'hôtellerie française était dans une situation assez précaire et se trouvait nettement en état d'infériorité vis-à-vis de la Suisse. Ce pays, où dès 1880 une hôtellerie nouvelle faisant suite aux couvents hospitaliers et aux vieilles hôtelleries était déjà en plein fonctionnement, possédait, en 1912, 9.055 hôtels dont 3.585 pour étrangers, avec 168.625 lits disponibles. Les capitaux investis s'élevaient en francs suisses, à 1.135.900 (1).

En France, en 1914, il y avait environ 240 hôtels de tourisme, possédant 17.000 lits et représentant un capital de 19 millions (2). Au cours des hostilités, bien des hôtels disparurent : certains furent détruits, d'autres, en grand nombre, furent accaparés dans les grandes villes par des banques ou par d'autres installations industrielles ou commerciales. Dès 1922, le tourisme d'affaires comme celui d'agrément s'est répandu considérablement parmi les classes moyennes, soit françaises, soit étrangères. Les statisti-

(1) Voir *Le Tourisme et l'industrie hôtelière en Suisse*. Edité par l'Union des banques suisses.

(2) Voir Auscher, *L'importance économique du tourisme*.

ques de la production automobile à cette époque établissent en effet nettement la vulgarisation de la voiture bon marché. Pour que cette progression du tourisme ne fût pas arrêtée, il était indispensable de pouvoir loger les voyageurs dans des conditions susceptibles de les retenir et de les contenter. Or, si le touriste riche pouvait trouver dans nos stations balnéaires et thermales et dans la plupart de nos grandes villes des hôtels et des palaces de premier ordre, dignes de satisfaire en tous points à ses exigences, il n'en était pas de même de la clientèle moyenne. Celle-ci, appelée à constituer de plus en plus l'élément essentiel de nos visiteurs, ne rencontrait point, disséminés sur tout le territoire, des hôtels petits et moyens répondant aux besoins croissants d'hygiène et de confort. Sans doute, certains hôteliers, conscients du développement imminent du tourisme, avaient pris l'initiative d'apporter quelques améliorations à leurs immeubles, soit avec leurs propres ressources, soit avec celles qu'avait pu leur procurer leur crédit personnel, mais, dans l'ensemble, faute de capitaux, l'hôtellerie petite et moyenne faisait défaut dans de nombreuses régions ou n'avait pas une capacité réceptive suffisante pour faire face à l'afflux des touristes étrangers.

A la même époque, le tourisme suisse traversait depuis le début des hostilités une crise très aiguë. De grandes dépenses avaient été faites pour agrandir les hôtels, pour en créer de nouveaux, pour les rendre plus luxueux. L'absence d'étrangers obligea les grands établissements à rester fermés, d'autres moins importants ne purent travailler qu'à perte. Les capitaux engagés ne donnant plus un rendement satisfaisant, la majorité des hôtels se trouvèrent dans l'impossibilité de faire honneur aux crédits qu'on leur avait consentis. Afin d'éviter une augmentation

de la concurrence, le Conseil fédéral décréta entre autres mesures, la prohibition de créer de nouveaux hôtels ou de nouvelles pensions d'étrangers, ainsi que d'agrandir les exploitations existantes (loi fédérale du 16 octobre 1924) ⁽³⁾.

Dès 1926, des voyages d'études et de propagande accomplis chaque année par les représentants les plus qualifiés du Crédit National Hôtelier, du Touring-Club de France, de l'Office National du tourisme, dans les régions françaises ⁽⁴⁾ qui par leur climat ou la beauté de leurs sites méritent de retenir le touriste, mais insuffisamment outillées au point de vue hôtelier, complétés par l'aide financière et morale du Crédit National Hôtelier, ont favorisé l'essor et l'amélioration de l'hôtellerie française.

De 1925 à 1929, le C. N. H. a accordé 13.590.000 francs de prêts à court terme qui ont permis d'améliorer 6.306 chambres. Durant la même période il a consenti 35.864.029 francs de prêts à long terme qui ont été respectivement consacrés à la création et à l'amélioration de 2.964 et 3.675 chambres ⁽⁵⁾. Si bien que la capacité réceptive de l'hôtellerie française se trouve actuellement supérieure aux besoins d'un mouvement touristique considérablement réduit, du fait de la crise économique qui sévit sur le monde entier.

Le touriste, de quelque côté du territoire français que se porte sa curiosité, trouve aujourd'hui non seulement

(3) Documentation communiquée par M. l'Attaché commercial près l'Ambassade de France à Berne.

(4) En 1926 dans les Causses, en 1927 dans le Massif Central, en 1928 dans le Jura, en 1929 dans le Périgord et les Landes, en 1930 dans la Savoie, en 1931 dans la partie la moins connue du Dauphiné, en 1932 en Alsace.

(5) Voir le tableau dressé par M. Gautier dans *l'Hôtellerie*, thèse Paris, 1931.

de beaux hôtels conçus suivant la technique la plus moderne, présentant un confort et un bien-être capables de répondre à toutes les exigences, mais aussi des établissements qui, sous des apparences plus modestes, sont néanmoins pourvus de l'électricité, du chauffage central, et de l'eau courante dans toutes leurs chambres. A l'heure actuelle, notre hôtellerie petite et moyenne ne peut en effet soutenir victorieusement la comparaison avec celle des autres pays de tourisme.

La cuisine saine et abondante s'allie au confort de l'habitation. L'hôtel le plus luxueux n'attire et ne retient en effet les touristes que s'il leur offre des repas bien composés et soigneusement confectionnés.

Les hôtelleries françaises étaient autrefois célèbres dans le monde entier pour leurs mets savoureux. Après avoir traversé une période de décadence, la renommée de la cuisine française est redevenue mondiale. On peut d'ailleurs en voir une preuve dans ce fait, que les pays étrangers qui envoient dans nos hôtels de jeunes stagiaires les dirigent de préférence vers les postes de cuisinés.

De nombreux concours organisés dans ce domaine par le Touring-Club de France, entre hôtels et restaurants de divers départements, ont remis à l'honneur la tradition des vieux plats régionaux — qui plaisent tant aux touristes, surtout étrangers — arrosés de vins provenant des crus du pays. Les coins de la France où l'on se contente de servir aux voyageurs des repas à la fois mal préparés et peu copieux tendent ainsi à disparaître. En outre, dans les salles à manger, salons, chambres, couloirs, d'hôtels modestes ou luxueux, détenteurs du panonceau du Touring-Club de France, on peut voir figurer cette rubrique : « Le silence de chacun assure le repos de tous. »

Quand le touriste rentre dans sa chambre, il doit en effet se sentir chez lui, dans un cadre reposant, loin des bruits et de l'agitation du dehors. En un mot, l'hôtel doit lui donner l'illusion d'être le prolongement de son home. Aussi, dans les constructions neuves, des installations judicieuses (doubles portes, disposition en local fermé des tuyaux acoustiques et des téléphones intérieurs) permettent-elles aujourd'hui d'éliminer des bruits fort gênants, dus, soit au mode de construction de l'hôtel, soit à sa distribution intérieure. L'emploi de tapis dans les couloirs et les escaliers, l'obligation pour le personnel de porter des chaussures à semelles de caoutchouc, assurent par ailleurs, dans la majorité des établissements, une circulation silencieuse.

Enfin, dernière amélioration, la direction de nos grands hôtels, confiée trop souvent avant guerre à des étrangers (en particulier des Allemands) depuis plus longtemps préparés et entraînés à l'industrie hôtelière, est redevenue française.

La profession d'hôtelier, telle qu'elle doit être exercée à notre époque, exige une instruction et une éducation spéciales. La compétence de l'hôtelier moderne doit s'étendre au mobilier, au linge, à l'aération, à la canalisation d'eau, au chauffage central, à l'éclairage électrique de sa maison, aussi bien qu'à son office, sa cuisine ou sa cave. Il faut qu'il puisse donner à ses hôtes, français ou étrangers, des indications sur les ressources et les curiosités de la ville et de la région; il faut enfin que, malgré le nombre et la diversité de ses occupations, l'hôtelier reste toujours courtois et affable, que tout son personnel soit animé des mêmes sentiments. Toutes ces connaissances ne s'acquièrent plus aujourd'hui empiriquement.

Le personnel hôtelier reçoit maintenant son éducation professionnelle dans des écoles spéciales, dites écoles hôtelières, qui fonctionnent sous le contrôle du sous-secrétariat de l'Enseignement technique. Les candidats, après avoir passé successivement dans tous les services, y subissent des examens devant des jurys hôteliers. Des stages à l'étranger améliorent ensuite l'instruction professionnelle ainsi acquise, et les perfectionnent dans la connaissance des langues étrangères. Aussi l'hôtellerie française est-elle de plus en plus capable de se suffire à elle-même, par un personnel de choix, discret, courtois et accueillant.

CHAPITRE II

LA CAPACITE RECEPTIVE DE L'HOTELLERIE FRANÇAISE ET ETRANGERE

D'après la Statistique générale de la France, il existait dans notre pays, en 1926, 34.555 entreprises hôtelières. Ce chiffre tenant compte de l'hôtel de petite importance comme de la toute petite auberge, il est assez facile d'évaluer le nombre de véritables hôtels de tourisme (hôtels confortables et bien tenus) à cette époque.

L'Office national du tourisme et la Chambre nationale de l'hôtellerie française estiment que le nombre des hôtels de ce genre doit s'élever à 8.000 ou 9.000.

De son côté, la Maison Michelin a sélectionné selon M. Gautier ⁽¹⁾, dans son Guide *France*, 1929, 4.684 hôtels de tourisme, répartis en palais de confort princier, hôtels de grand luxe, de grand confort, de confort moyen et hôtels modestes.

La même année, l'Office national du tourisme a envoyé plus de 8.000 questionnaires aux hôtels connus et sélectionnés par divers guides. M. Gautier constate que les petits hôtels (de 30 chambres et moins) ayant négligé de recourir à ce mode de publicité gratuite, 4.762 hôtels

(1) Dans son Essai de détermination du facteur hôtelier dans l'économie nationale, *L'Hôtellerie*, thèse Paris, 1931.

seulement sont mentionnés dans le *Guide de l'Office national du tourisme* : le « prix des hôtels en France ». Totalisant ensuite le nombre de leurs chambres, il obtient le chiffre de 202.583, soit une moyenne de 42 chambres par hôtel. Puis, tenant compte de ce fait que les deux tiers de ces chambres sont à 2 lits et le reste à 1 lit, il arrive au total de 337.000 lits environ. Le même auteur fait remarquer d'autre part, que d'après la *Documentation hôtelière*, il y aurait 13.432 hôtels pouvant accueillir les touristes avec 292.319 chambres, soit une moyenne de 18 chambres par hôtel. Si l'on en croit les renseignements fournis par cet organisme d'ordre privé, ce nombre d'hôtels devrait être majoré de 25 p. 100, surtout de petites entreprises, si bien que la France hôtelière disposerait de 600.000 lits environ.

Les évaluations sont donc très différentes et très imprécises.

Quant au capital immobilier et mobilier que représente l'hôtellerie française, il est très difficile de le connaître car aucun travail d'évaluation n'a été tenté. M. Gautier s'efforce néanmoins d'en donner une idée approximative.

Considérant à la fois pour 1928, le rendement et le taux de l'impôt sur le chiffre d'affaires, il calcule que le chiffre d'affaires réalisé par l'hôtellerie française cette année-là, atteindrait 8 milliards 500 millions de francs environ. Estimant d'autre part que le chiffre d'affaires représente 60 à 80 p. 100 de la valeur du fonds de commerce, il en résulte que la valeur globale des fonds d'hôtels français s'élèverait pour 1928 à un chiffre compris entre 10.600 et 14.400 millions.

Pour la valeur de l'outillage hôtelier français, il y aurait lieu, dit-il, de doubler ces chiffres.

L'Italie possédait au 1^{er} janvier 1925 :

55 hôtels de luxe avec 10.381 lits;

633 hôtels de 1^{re} catégorie avec 56.695 lits;

1.994 hôtels de 2^e catégorie avec 69.677 lits;

7.124 hôtels catégorie inférieure avec 97.339 lits.

Le professeur Mariotti, prenant pour base la valeur unitaire du lit dans les hôtels de différent ordre et multipliant ces valeurs par le nombre de lits dans chaque catégorie d'après le recensement de 1925, a évalué, très approximativement comme on le conçoit, à 4 milliards de lires le patrimoine de l'industrie hôtelière italienne.

En Autriche, on trouvait à la même époque 5.126 hôtels répartis dans 606 villes ou stations de tourisme et possédant 99.031 lits de voyageurs.

Toujours en 1925, il y avait en Allemagne 42.570 hôtels, 41.287 pensions de famille et 136.039 auberges. Les capitaux investis dans ces établissements représentaient en 1928-1930 de 3 à 4 milliards de R. M., soit 21 à 25 milliards de francs.

Enfin l'industrie hôtelière américaine (Etats-Unis du Nord seuls) englobait, en 1927, 25.950 établissements comprenant 1.521.000 chambres et représentant un capital global de 5.024.000.000 \$, soit plus de 125 milliards de francs au cours actuel (2).

Le rapprochement de ces diverses sources d'information permet de conclure que l'hôtellerie française, au point de vue de la capacité réceptive et de la valeur immobilière, occupe, parmi les industries similaires des autres pays, un rang très enviable.

(2) Consulter les tableaux très détaillés, dressés par M. Gautier dans son « Essai de détermination du facteur hôtelier dans l'économie nationale » in *L'Hôtellerie*.

CHAPITRE III

LE CREDIT A L'HOTELLERIE

L'hôtellerie, tout comme le commerce et l'industrie en général, a besoin de crédit à court terme et de crédit à long terme.

Pour le règlement de ses fournitures courantes d'exploitation, ainsi que pour le paiement des améliorations saisonnières qui doivent être amorties sur les bénéfices dans un très court délai, il faut à l'hôtelier du crédit à court terme. Au contraire, pour les créations nouvelles, les agrandissements, les nouvelles installations, la transformation des aménagements, le crédit à long terme lui est indispensable, car l'amortissement de l'emprunt ne peut dans ce cas se concevoir que s'il est réparti sur un certain nombre d'années.

C'est pour permettre à l'hôtelier de se procurer facilement des capitaux que les pouvoirs publics ont créé deux institutions aux résultats très différents : le warrant hôtelier et le crédit national hôtelier.

SECTION I

Le warrant hôtelier.

La loi du 8 août 1913, améliorée par le Sénat en 1915, a institué en ces termes le warrant hôtelier : « Tout exploitant d'hôtel à voyageurs peut emprunter sur le mobilier commercial, le matériel et l'outillage servant à

son exploitation, même devenus immeubles par destination, tout en en conservant la garde dans les locaux de l'hôtel. »

L'expression « d'hôtel » doit s'entendre ici, comme dans le langage courant, de tout établissement, luxueux ou modeste (auberge de village aussi bien que somptueux palace), qui loge et nourrit des voyageurs moyennant rétribution, à l'exclusion de tous ceux, tels que les restaurants et les brasseries, qui ne fournissent point le logement.

Le terme général « tout exploitant » implique que tout tenancier d'hôtel, quelle que soit la forme de son exploitation, entreprise individuelle, société en nom collectif, en commandite par actions ou à responsabilité limitée, quelle que soit sa qualité juridique, propriétaire ou locataire de l'immeuble où l'hôtel est installé, ou simplement propriétaire du fonds de commerce qu'il a créé ou acquis, peut réclamer le bénéfice du warrant hôtelier.

Le warrant hôtelier peut avoir pour objet tous les éléments mobiliers corporels du fonds de commerce et, depuis la loi du 17 mars 1913, « les immeubles par destination » affectés par le propriétaire de l'immeuble à l'exploitation de l'hôtel. L'exploitant d'hôtel, dit l'article 1^{er}, peut emprunter « sur le mobilier commercial, le matériel et l'outillage servant à son exploitation, même devenus immeubles par destination ».

Quels sont les objets désignés par ces expressions ?

Le mobilier commercial comprend : la literie, le linge, le matériel accessoire des chambres, tapis, meubles meubles, rideaux, etc.

Le matériel englobe : les outils de cuisine, les services de porcelaine, les couverts en argent, les voitures automobiles ou à chevaux servant soit au transport des voya-

geurs entre la gare et l'hôtel, soit au transport des denrées ou fournitures.

L'outillage est constitué par les installations mécaniques ou les accessoires servant à mettre en œuvre l'exploitation, tels que fourneaux et compteurs à gaz, compteurs électriques ou d'eau, quand ils sont la propriété de l'exploitant du fonds. Le warrant hôtelier ne peut donc porter que sur des choses mobilières de leur nature, aussi certaines installations faites par l'exploitant, telles que conduites d'eau, de gaz ou d'électricité, immeubles par nature, ne peuvent être données en warrant par l'hôtelier, serait-il propriétaire de l'immeuble.

Sous l'empire de la loi de 1913, l'hôtelier propriétaire ne pouvait warranter le mobilier commercial, le matériel et l'outillage servant à l'exploitation, car ils devenaient immeubles par destination. La loi du 17 mars 1915 a fait disparaître cette inégalité entre exploitants locataires et propriétaires en incorporant dans l'article 1^{er} les termes « même devenus immeubles par destination ».

Alors que le gage civil ou commercial implique le déplacement de la possession de la chose engagée, le warrant hôtelier, tout comme le nantissement sur fonds de commerce, constitue une modalité de gage sans dépossession du débiteur ou d'hypothèque mobilière.

Le mobilier commercial, le matériel et l'outillage engagés restent aux mains de l'hôtelier emprunteur.

Le warrant hôtelier délivré par le greffier du tribunal de commerce dans le ressort duquel est exploité l'hôtel est constitué par le volant d'un registre à souche, coté et paraphé. Le volant et la souche doivent porter chacun, d'après les déclarations de l'emprunteur, certaines indications énumérées à l'article 3. L'emprunteur qui le

reçoit donne décharge de la remise du titre en apposant sa signature avec la date sur le registre. Il le transfère ensuite au prêteur par voie d'endossement, daté et signé. Ce premier endossement est seul soumis à la formalité de la transcription, qui incombe au prêteur dans le délai de cinq jours. Le warrant n'est donc pas seulement un titre de gage, c'est aussi un effet de commerce. Comportant la clause à ordre, il permet au bailleur de fonds de rentrer dans ses avances en endossant le warrant, qui circule ainsi entre les mains de prêteurs successifs, sans que les objets engagés changent de possesseur.

Après avoir offert en garantie sa clientèle et le droit au bail (nantissement sur fonds de commerce, loi du 17 mars 1909), l'hôtelier qui cherche encore du crédit, en obtiendra plus facilement, en assurant au nouveau prêteur une sécurité de premier rang par un warrantage des éléments corporels du fonds, qu'en lui donnant un nantissement de second rang.

Le warrant offre en outre sur le nantissement de fonds de commerce la supériorité d'être négociable par endossement, ce qui permet au prêteur de rentrer en possession des fonds qu'il a avancés et de se dégager de l'opération.

Tandis qu'au cas de nantissement le bailleur d'immeuble a privilège selon le droit commun, pour deux années de loyers échus, l'année en cours et une année à échoir, sur le prix de tout le mobilier, matériel et outillage, la loi de 1913 limite le privilège du bailleur en concours avec le porteur d'un warrant hôtelier. Si l'emprunteur a payé les loyers échus, six mois de loyers en cours et six mois à échoir, le privilège du bailleur se trouve réduit jusqu'à « concurrence de la somme prêtée

sur les objets servant de gage à l'emprunt ». Si l'emprunteur n'a pas payé et s'il réalise l'emprunt malgré l'opposition du bailleur, ce dernier, dans ce cas seulement, conserve son privilège dans les termes du droit commun.

Enfin, tandis que le nantissement confère au créancier seulement une sûreté réelle, le warrant y ajoute la garantie éventuelle de la solidarité des porteurs successifs du warrant.

Cependant, malgré ses avantages, le warrant hôtelier est resté jusqu'ici sans applications pratiques.

1° En premier lieu, le législateur avait lui-même restreint l'application du warrant hôtelier.

La loi de 1913 n'ayant pu être instituée qu'en portant atteinte au privilège du bailleur d'immeuble, le Sénat, par scrupule, décida qu'elle n'aurait point d'effet rétroactif. Aux termes de l'article 16, la constitution de warrant ne peut s'appliquer aux objets mobiliers se trouvant dans des immeubles dont les baux avaient date certaine au jour de la promulgation de la loi. Etant donné la longue durée des baux d'hôtels, prolongée par les prorogations accordées par les lois sur les baux à loyers, l'application du warrant s'est trouvée dans une large mesure différée.

Quant aux baux futurs, il était à craindre que les propriétaires, pour échapper à la réduction de leur gage, n'y inscrivent une clause de renonciation du preneur, au bénéfice de la loi de 1913 (1). Cette situation risquait d'enlever toute portée pratique à l'institution; aussi la loi du 17 mars 1915 s'est-elle prononcée sur le caractère d'ordre public de la loi précédente, en ajoutant à l'arti-

(1) V. *Le warrant hôtelier*, Germinet, thèse Paris, 1930.

cle 16 ce deuxième alinéa : « Seront considérées comme nulles et non avenues toutes conventions contraires aux dispositions de la présente loi, et notamment toutes stipulations qui auraient pour effet de porter atteinte aux droits des locataires d'instituer le warrant hôtelier. »

D'autre part, la loi de 1913, en instituant le warrant sur les seuls objets mobiliers, écartait par là même les hôteliers propriétaires de l'immeuble. La loi de 1915 leur a ouvert le bénéfice du warrant, en l'étendant aux immeubles par destination

2° Les articles 3 (al. 3) et 4, en autorisant la création du warrant sur les seuls objets dégrevés de tout privilège de vendeur, nantissement, gage ou warrant hôtelier, ont privé du bénéfice de l'institution les hôteliers qui auraient le plus besoin de se procurer du crédit.

3° L'échec du warrant hôtelier s'explique peut-être mieux encore par ce fait qu'il n'offre au prêteur qu'une sécurité très aléatoire de remboursement :

D'une part, le législateur n'a réduit à son profit le privilège du bailleur d'immeuble que pour les créances de loyers. Pour toutes les autres créances nées ou à naître de l'exécution du bail, le bailleur conserve un rang préférable. Sans doute les éléments mobiliers corporels représentent une valeur telle, qu'ils laissent une marge de garantie au delà des créances privilégiées. Mais cette garantie sera néanmoins très souvent illusoire: le porteur du warrant qui, non payé à l'échéance, fera procéder à la vente des objets warrantés courra le risque de ne pouvoir rentrer dans ses avances. Le matériel, le mobilier, l'outillage d'un hôtel, tirent en effet toute leur valeur de leur affectation à l'exploitation; s'ils viennent à en être séparés, ils se déprécient rapidement car

tout meuble ou appareil directement utilisable dans un hôtel ne le sera pas nécessairement dans un autre de catégorie différente ni surtout dans un domicile privé. En outre, si pour parer à cet inconvénient, les créanciers décident de procéder à la vente *in globo* du fonds de commerce, la mise à prix dans ce cas de cession forcée sera bien inférieure à celle qui eût été obtenue dans des conditions d'exploitation normales. Que restera-t-il pour le porteur du warrant une fois que le fisc et le bailleur d'immeuble auront été désintéressés ?

D'autre part, le meuble engagé restant aux mains du débiteur, il est à craindre que celui-ci ne le fasse disparaître ou ne le cède à un sous-acquéreur de bonne foi, qui sera protégé contre l'exercice du droit de suite du porteur de warrant, par la maxime : « En fait de meubles, possession vaut titre. » La répression pénale prononcée dans ce cas contre l'hôtelier n'empêchera pas le prêteur de perdre sa créance. Il viendra comme créancier chirographaire en concours avec la masse. Aussi les capitalistes n'ont-ils pas répondu dans l'ensemble aux sollicitations des hôteliers. Pour les mêmes raisons, les banques ont mis peu d'empressement à escompter les warrants hôteliers revêtus seulement de deux signatures, comme l'article 9 de la loi leur en donne la faculté.

Enfin et surtout, le législateur de 1913 avait oublié le caractère à long terme du crédit hôtelier. Les banques ne consentant point à escompter un effet de commerce qui a plus de trois mois de date, car la Banque de France, en vertu de ses statuts, se refuserait à la réescompter, le warrant hôtelier, privé de tout appui bancaire, n'a pas rencontré le succès qu'en attendaient ses promoteurs, et son emploi est resté nul.

SECTION II

Le crédit national hôtelier.

Etant donné le caractère à long terme et la nature particulière du crédit à l'hôtellerie, qui tient à la fois du crédit immobilier, même si l'hôtelier n'est pas propriétaire de l'immeuble; du crédit industriel du fait de la spécialisation de cet immeuble, du crédit commercial parce qu'il repose sur le fonds de commerce et qu'il doit tenir compte des capacités professionnelles de l'emprunteur, il était donc nécessaire de créer une institution spécialisée dans le crédit à l'hôtellerie.

Avant guerre déjà, les grandes associations de tourisme s'étaient préoccupées de la question. Pendant la guerre, elle avait été étudiée par le Touring-Club et M. Robineau, gouverneur de la Banque de France. En 1922, M. Delamarche, inspecteur général du crédit au ministère du Commerce, présentait un projet, basé sur le principe des banques populaires. Ce dernier, approuvé par les pouvoirs publics, a été sanctionné par l'article 172 de la loi du 30 juin 1923 et par le décret du 30 novembre de la même année, qui ont institué, organisé et doté le « Crédit national hôtelier ».

Les pouvoirs publics, en apportant leur appui à la création du Crédit national hôtelier, constitué par extension de la « Banque populaire des hôteliers », n'ont point entendu favoriser par des avantages particuliers une catégorie spéciale de commerçants ou d'industriels. Ils ont cherché à faciliter le développement du tourisme, considéré comme élément de prospérité pour le pays tout entier.

Autrement dit, en instituant le Crédit national hôtelier, l'Etat a voulu organiser non point le « crédit aux hôteliers », mais bien le crédit à l'hôtellerie, considérée comme « support élémentaire et essentiel du tourisme » (2). On se trouve donc en présence d'un organisme d'intérêt général, dont le but est d'accroître la capacité réceptive de l'hôtellerie, en fonction des besoins du tourisme.

A sa tête se trouve un conseil d'administration, composé en majorité d'hôteliers notoires, quelques-uns de Paris, la plupart des différentes régions de la France. A côté d'eux siègent des représentants de l'industrie, de l'armement, des transports, de la banque, dont les intérêts sont étroitement liés au développement du tourisme ou de l'hôtellerie.

Le Crédit national hôtelier comprend deux départements distincts : un département bancaire proprement dit et de crédit à court terme et un département de long terme.

§ 1. — LE DÉPARTEMENT BANCAIRE ET DE CRÉDIT A COURT TERME.

Ce département qui fonctionne avec les capitaux sociaux, les dépôts et une avance remboursable de l'Etat de 5 millions de francs, accomplit toutes les opérations ordinaires de banque : il reçoit des dépôts à vue, exécute tous ordres de bourse, assure la garde de titres, l'encaissement des coupons et des titres amortis et comporte un service de location de coffres-forts. Il délivre des chè-

(2) V. Rapport M. Delamarche, Conseil supérieur du tourisme, 11 décembre 1925.

ques de voyage ⁽³⁾ qui permettent aux touristes de régler leurs dépenses chez les hôteliers adhérents. Le titulaire du compte est muni d'une carte d'identité nominative, et lui seul peut, en la présentant, faire accepter en paiement le chèque, qu'il revêt de sa signature en présence du caissier. Il verse une provision au moment de la délivrance du carnet. Grâce à ces procédés, le voyageur peut être assuré que son chèque sera accepté en paiement sans discussion, et l'adhérent a lui-même la certitude que le chèque lui est remis par le véritable titulaire du compte et que celui-ci a fourni provision. En outre, le voyageur est pratiquement assuré, que s'il perd son carnet de chèques, aucun usage ne pourra en être fait en dehors de lui, faute de présentation de la carte d'identité.

Le Crédit national hôtelier accomplit ensuite, uniquement avec des hôteliers ou sociétés hôtelières, avec des commerçants ou industriels fournisseurs de l'hôtellerie, des opérations de crédit proprement dites : ouvertures de comptes courants, escompte et recouvrement des effets de commerce, avances sur titres, warrants hôteliers... Des prêts à court terme, prêts commerciaux destinés d'une façon générale à faciliter l'exercice de l'industrie hôtelière, peuvent être consentis exclusivement aux hôteliers et sociétés hôtelières de nationalité française. Leur durée maxima est de un an, et le taux d'intérêt, fonction de celui des avances de la Banque de France, ne saurait être actuellement inférieur à 6 p. 100.

Pour le crédit à court terme, le Crédit national hôtelier trouve des correspondants naturels sur tout l'ensemble du territoire, dans les 327 guichets des banques populaires.

(3) Ce chèque de voyage, créé par le Crédit national hôtelier en 1930, est aujourd'hui accepté en paiement par plus de 4.500 hôteliers.

§ 2. — DÉPARTEMENT DU LONG TERME.

A. — *Généralités.*

Le département du long terme, dont le bilan est tout à fait distinct de celui du département de banque commerciale, est réservé exclusivement aux hôteliers de la province, la ville de Paris étant ainsi exceptée. Il a été spécialement créé en faveur du tourisme. C'est à lui qu'incombe la tâche de faciliter le développement de l'industrie hôtelière, en consentant aux hôteliers ou sociétés hôtelières, suivant un programme déterminé par les besoins du tourisme, des prêts d'une durée maxima de douze ans en vue de la construction, de la transformation ou de la modernisation d'hôtels ou de l'achat de meubles et de matériel d'exploitation. Ils ne sauraient être affectés à des opérations ne devant pas entraîner directement d'augmentation de la capacité et du confort des établissements hôteliers, telles que l'achat d'un fonds de commerce ou d'un immeuble déjà affecté à l'usage d'hôtel. Ils ne sauraient non plus être utilisés par des industries ne présentant pas un caractère nettement hôtelier (cafés, restaurants).

Ce département fonctionne avec des capitaux empruntés à long terme par émission de bons et d'obligations et avec des avances remboursables de l'Etat, non grevées d'intérêts, qui s'élèvent à 26 millions de francs. Celles-ci doivent servir principalement à garantir le service d'intérêts des obligations; mais les premiers temps de son existence, avant qu'il ait pu songer à s'adresser au marché public, le Crédit national hôtelier a été autorisé à prélever le montant des prêts à long terme sur les avances

de l'Etat. Le taux de ces prêts a été déterminé en fonction de la gratuité de la dotation de l'Etat, du service d'intérêts dus aux obligataires et des réserves qui devaient être constituées pour faire face aux risques. Il est actuellement fixé à 7 p. 100, mais le Crédit national hôtelier se réserve la faculté, en cas de circonstances exceptionnelles, de pouvoir l'élever jusqu'à 8 p. 100. Ce taux, inférieur à celui des avances de la Banque de France ou du Crédit foncier, n'aurait pu être davantage réduit sans diminuer considérablement la masse des capitaux susceptibles d'être mis à la disposition des hôteliers et sans porter préjudice à l'hôtellerie tout entière au bénéfice de quelques hôteliers seulement. Mais après la clôture de chaque exercice, après couverture des frais généraux, constitution des réserves et attribution aux parts sociales d'un intérêt maximum de 6 p. 100 inférieur au taux des prêts, les excédents de bénéfices sont ristournés aux emprunteurs, qui, grâce à ce mécanisme, peuvent ainsi obtenir un abaissement du taux contractuel. D'autre part, les subventions accordées au Crédit national hôtelier (en vertu du décret du 30 novembre 1923) par des conseils généraux, des chambres de commerce et quelques-uns de nos grands réseaux, lui ont permis d'abaisser le taux d'intérêt des prêts à long terme, sollicités par des hôteliers de leur région.

L'article 12 des statuts admet comme garanties des prêts à long terme soit une inscription hypothécaire, soit un nantissement, un dépôt de titres, soit un warrant hôtelier, soit plusieurs de ces sûretés combinées et, si c'est nécessaire, une garantie complémentaire, telle que la remise de billets de fonds, assurances sur la vie, caution solvable.

B. — *La technique du prêt hôtelier.*

Le département du long terme poursuivant un but national ne consentira des prêts de longue durée :

1° que si les besoins du tourisme l'exigent.

Avant d'accorder des crédits à long terme en vue de la création, de l'agrandissement ou de la transformation d'une entreprise hôtelière, les dirigeants du Crédit national hôtelier rechercheront quelle est la valeur non seulement actuelle mais future de son achalandage; autrement dit si ce prêt est susceptible de favoriser ou d'accentuer le développement du tourisme dans la région déterminée (4).

On conçoit aisément que si l'on construit un hôtel aux abords d'un petit village de la montagne situé à l'écart de toutes communications ferroviaires ou routières et par contre à proximité d'une station où il y a, pour des besoins appelés à décroître, surproduction hôtelière, il n'apportera aucun élément nouveau de développement pour le tourisme et n'aura aucune chance de réussite. Pour que le crédit à long terme puisse être dispensé judicieusement, il était donc indispensable de dresser auparavant un « programme général d'équipement hôtelier des diverses régions ». A cet effet, il a été créé dans le cadre de chaque région touristique ou économique des comités composés de représentants du tourisme et des industries qui s'y rattachent. Ces comités sont les interprètes des besoins de leur région en ce qui concerne l'accroissement de la capacité de réception et l'amélioration de l'hôtellerie. Ils précisent, chacun dans leur sphère, les

(4) V. Delamarche, *Le Crédit national hôtelier et la technique du prêt hôtelier*. Publication extraite du *Bulletin du Crédit populaire*, n° de sept.-oct. 1928.

endroits où il serait utile de créer, d'agrandir ou de transformer des hôtels et indiquent en même temps les moyens pratiques de donner satisfaction à ces besoins.

Au-dessus d'eux, un Comité consultatif où figurent des délégués de chacune des régions de France et des représentants des intérêts généraux du tourisme, centralise et coordonne leurs travaux.

C'est en s'inspirant des renseignements fournis par ces Comités régionaux que le Comité consultatif a pu dresser un « plan général d'adaptation de l'hôtellerie aux besoins du tourisme ».

Ainsi, toutes les fois qu'un hôtelier ou une entreprise hôtelière sollicite un prêt à long terme du Crédit national hôtelier, celui-ci trouve immédiatement toutes les informations utiles auprès du Comité consultatif. Il évite par là même de conclure une affaire, qui, vu les besoins touristiques de la région, l'intérêt touristique de la localité et les possibilités de réussite de l'affaire elle-même, n'aurait que peu de chance de succès. Ces avis éclairés lui permettent également de renseigner l'hôtelier sur la meilleure conception à adopter : hôtel de telle ou telle catégorie ou simple auberge.

2° Pour que la création, l'extension ou la transformation d'un hôtel puisse favoriser le développement du tourisme dans une localité déterminée, il ne suffit pas qu'elle présente un caractère d'utilité, encore faut-il que l'entreprise hôtelière soit susceptible de satisfaire aux exigences de la clientèle. Le Crédit national hôtelier, dans l'intérêt même du tourisme, ne peut participer qu'à des affaires viables, il ne consentira donc un prêt de longue durée qu'après s'être assuré de la solidité du gage qui lui est offert. Or, tous les éléments du gage hôtelier sont spéciaux : l'im-

meuble est un hôtel; les installations fixes et incorporées au bâtiment ne peuvent en être séparées; quant au matériel d'exploitation et au mobilier, ils ne sauraient le plus souvent être utilisés dans un hôtel d'une autre catégorie et plus difficilement encore dans un domicile privé.

Devant un établissement de crédit ordinaire, cette spécialisation dévalorise l'immeuble et ses aménagements; devant le Crédit national hôtelier, au contraire, leur valeur augmente en fonction même de leur spécialisation. Tandis que le Crédit foncier estime la valeur de l'immeuble qui lui est offert en gage en raison inverse de son adaptation industrielle, le Crédit national hôtelier évalue ce même immeuble en raison directe de son appropriation aux fins hôtelières.

L'achalandage constitue un autre élément du gage hôtelier. Ici des facteurs divers, tels que le climat et les facilités d'accès de la région, le degré d'adaptation de l'hôtel aux besoins multiples qu'il doit satisfaire, déterminent la quantité et la qualité de la clientèle. « Tel établissement, médiocrement achalandé aujourd'hui, dit M. Delamarche, peut demain devenir bien achalandé, si, par fortune, un circuit automobile vient desservir l'itinéraire et mettre en évidence la localité ou le site dont il dépend. Tel autre peut manquer l'occasion d'un achalandage meilleur ou voir tomber celui dont il jouissait, faute d'avoir su s'adapter promptement et convenablement à des exigences nouvelles. Certains aménagements considérés naguère comme luxueux sont devenus en maint endroit et tendent à devenir partout exigibles. On ne conçoit plus au ^{xx}e siècle un hôtel de quelque importance qui ne puisse offrir au voyageur un garage pour son automobile, une circulation d'eau chaude et froide dans chaque chambre, des

salles de bain en nombre suffisant, le chauffage central en saison d'hiver et en demi-saison; on n'admet plus une auberge, un tourne-bride, qui, sans préjudice d'une table savoureuse, ne soit pas muni des commodités élémentaires au point de vue de la propreté, du confort et de l'hygiène. » L'hôtelier qui veut accroître ou simplement conserver sa clientèle, doit, au moment opportun, apporter à son établissement les transformations, les améliorations nécessitées par le progrès; en un mot, il doit savoir « s'adapter ».

En résumé, pour apprécier la valeur d'un immeuble et de ses installations d'après des règles qui ne sont point celles des établissements de Crédit foncier, pour évaluer une clientèle dont l'importance dépend étroitement de facteurs extérieurs, pour discuter enfin des qualités professionnelles d'un hôtelier d'après la formation qu'il a reçue, les exploitations qu'il a gérées antérieurement et les résultats obtenus, on conçoit qu'une compétence particulière soit indispensable. Seul un corps d'architectes entièrement spécialisés dans les constructions et installations hôtelières, tel que le Comité d'experts et le Service technique du Crédit national hôtelier, est à même d'examiner avec toute la compétence requise les différents éléments du gage hôtelier. Toute entreprise hôtelière qui sollicite du Crédit national hôtelier un prêt à long terme doit, avant toute mise à exécution des travaux, communiquer à ce Service ses projets de construction, d'extension ou d'amélioration. Si le plan qui lui est soumis n'est pas en accord avec l'hygiène, le confort et l'agrément, le Service technique y apportera des modifications; dans certains cas même, il proposera des plans nouveaux, beaucoup mieux adaptés aux besoins à satisfaire, et souvent moins coû-

teurs. Le Service technique se borne du reste à donner des avis aux hôteliers, à les éclairer de ses conseils dans l'intérêt général et par voie de conséquence dans l'intérêt même de leur exploitation. En aucun cas, il n'intervient dans l'exécution matérielle des travaux, laissant ce soin aux architectes et entrepreneurs de la région qu'il ne veut point concurrencer. Il est donc pour les hôteliers et les architectes locaux un collaborateur expérimenté et entièrement désintéressé.

Ainsi, le Crédit national hôtelier sachant d'une part, grâce à la documentation de son Comité consultatif, si le prêt demandé répond ou non au programme d'aménagement touristique de la région; connaissant d'autre part, grâce à la compétence de son Service technique, les garanties qui lui sont offertes, les chances de succès de l'entreprise, peut dans chaque cas concret, contribuer efficacement au développement de l'hôtellerie et par là même du tourisme.

TROISIÈME PARTIE

LA POLITIQUE DU TOURISME

M. Vallat, directeur de l'Office national du tourisme, approuvé et soutenu par M. G. Gérard, sous-secrétaire d'Etat au tourisme, a ainsi fixé les deux aspects de la politique du tourisme :

Celle de la « présence partout » par la publicité à l'extérieur;

Celle du « bon accueil » qui est la meilleure des publicités à l'intérieur.

La dépréciation de notre franc, plus encore que l'attrait de notre pays ou son prestige de nation victorieuse, avait suscité en 1925 et 1926 un grand mouvement d'adduction en faveur de la France, une véritable « inflation touristique ». Aujourd'hui, les circonstances ne sont plus les mêmes : notre franc est stabilisé, le niveau des prix français est voisin des prix mondiaux. Les étrangers ne retrouvent donc plus chez nous tous les avantages que leur procurait jadis notre monnaie dépréciée. En outre, ils sont vivement sollicités par les nations étrangères. La France rencontre, en effet, sur le « marché du tourisme » une concurrence redoutable. Alors que toutes les grandes industries se sont vues obligées, en raison même de leur

concurrence acharnée, de conclure entre elles des ententes leur assurant des débouchés dans les divers pays, nous assistons à une véritable « bataille du tourisme », car ce marché est le seul pour lequel « aucune entente de contingentement » ne soit possible avec les pays étrangers.

Il résulte de cet état de choses que la propagande, jadis peut-être superflue, s'impose aujourd'hui d'une façon impérieuse, si l'on veut redonner à la France sa suprématie touristique des années écoulées. A l'heure actuelle, notre Office national du tourisme s'efforce de faire vivre et de développer les offices et bureaux déjà existants à l'étranger et en France, assumant ainsi de lourdes charges qui depuis longtemps ne sont plus en rapport avec les faibles ressources qui lui sont accordées. Demain, pour étouffer la propagande calomnieuse et pour la prévenir dans la mesure du possible, son effort devra porter sur le monde entier. C'est dans toutes les capitales étrangères et non plus seulement dans quelques-unes, qu'il est indispensable désormais de célébrer les multiples attraits que la France offre aux touristes, l'action bienfaisante de ses stations thermales et climatiques, la beauté et la variété de ses sites et de ses plages.

Mais il ne suffit point d'attirer le touriste, encore faut-il le retenir et créer en lui un tel état de satisfaction, que, son séjour terminé, il emporte le regret de notre pays et le désir d'y revenir un jour. Nos efforts de propagande à l'étranger ne se justifieront, en effet, et n'auront de chance de succès qu'autant que les bénéficiaires du tourisme français s'appliqueront à les compléter, en créant autour de nos visiteurs une atmosphère de cordialité et de sympathie, désignée par M. G. Gérard sous cette formule avenante : « le bon accueil ».

Réserver un bon accueil, c'est avant tout, comme le nom l'implique, recevoir l'étranger avec cordialité et courtoisie, répondre avec bonne grâce à ses questions, être serviable, être poli. « Le sourire, l'aimable parole de bienvenue, c'est pour le touriste ce qu'est pour le spectateur un bon fauteuil dans un beau théâtre. Il se cale dans son bien-être, méfiance assoupie, et, déjà enclin à l'indulgence se prépare à jouir pleinement de ce qu'on lui présentera. Et le souvenir qu'il gardera de la beauté d'un pays, du confort d'un hôtel, des attractions d'une station, sera embelli et baigné d'une sympathique gratitude. »

C'est aussi pour l'hôtelier procurer à son hôte le gîte confortable et le bon couvert à des prix raisonnables.

Réserver un bon accueil, c'est enfin s'ingénier à rendre le séjour plaisant et facile à nos visiteurs en leur offrant des attractions vraiment françaises, en supprimant pour eux les formalités inutiles et les taxes vexatoires.

N'oublions point que l'impression produite sur le touriste par notre pays dépendra beaucoup de la façon dont nous aurons compris nos devoirs d'hospitalité. L'étranger qui rentrera chez lui satisfait de son séjour parmi nous s'empressera de vanter autour de lui le charme de la France et de ses habitants. Inconsciemment, il deviendra « une sorte de commis voyageur circulant pour la marque France ». Et cette publicité bénévole, gratuite, constituera pour notre pays la meilleure des propagandes, car elle ne sera pas suspecte de partialité.

TITRE PREMIER

LA PROPAGANDE

CHAPITRE PREMIER

LA PROPAGANDE TOURISTIQUE DES PAYS ETRANGERS

Le tourisme joue dans l'économie moderne un rôle d'une telle importance que nul Etat ne saurait s'en désintéresser. Toutes les grandes nations européennes travaillent aujourd'hui à l'intérieur de leurs frontières à perfectionner leur outillage, à aménager le pays, afin qu'il soit sans cesse en mesure de donner satisfaction aux touristes internationaux. Mais la Suisse, l'Italie, l'Espagne, l'Angleterre, et au premier chef l'Allemagne, n'omettent point de compléter l'organisation intérieure par une publicité puissante, dirigée activement à l'étranger avec le concours financier de l'Etat.

Dans ce domaine, nos concurrents opèrent suivant un plan d'ensemble rationnel.

Ils s'efforcent, en premier lieu, d'inciter leurs nationaux à accomplir à l'intérieur de leurs frontières leurs voyages d'agrément comme leurs séjours de cure ou de repos. C'est

ainsi que les organismes officiels de tourisme des divers Etats européens ont beau multiplier les conférences, les prospectus, les émissions radiophoniques et les films, le nombre des touristes d'outre-mer séjournant quelque peu en Europe diminue d'année en année au profit de la Californie et du Canada. Les Américains, ayant calculé la quantité de numéraire importé en Europe du fait de leurs nationaux se rendant à l'étranger ⁽¹⁾, ont décidé de retenir désormais les touristes américains en Amérique, afin de prévenir dans la mesure du possible une pareille sortie de capitaux. Cette idée a servi de prétexte à la création d'un puissant organe touristique appelé *See America first* (Visitez d'abord l'Amérique), qui s'est livré à une propagande infatigable en faveur des stations climatiques de la Floride et de la Californie. Si bien que les côtes de la Floride, jadis fréquentées par quelques amateurs de pêche, rivalisent aujourd'hui d'une manière inquiétante avec la Côte d'Azur française et la Riviera italienne. Ce « nationalisme touristique » se trouve aujourd'hui renforcé dans certains pays étrangers par une réglementation sévère de la sortie des devises.

L'Allemagne limite à 200 marks la somme que le touriste allemand peut emporter dans ses déplacements.

La Tchéco-Slovaquie vient de fixer à 1.000 couronnes la somme pouvant être affectée à un voyage à l'étranger.

La Hongrie limite l'exportation des capitaux à 300 pengoes, l'Espagne à 5.000 pesetas, la Grèce à 500 drachmes, l'Autriche à 500 schillings. Au Danemark,

(1) « 400.000 touristes se sont rendus à l'étranger en 1925. En leur attribuant une dépense moyenne de 1.200 dollars par tête, on peut évaluer à 480 millions de dollars le numéraire importé de ce fait en Europe cette année-là. » (*Concurrence touristique in Chronique des Transports*, 10 septembre 1929.)

une disposition récente interdit aux ressortissants d'emporter avec eux, quand ils se rendent à l'étranger, plus de 400 couronnes en billets ou en monnaie. Des mesures analogues ont été prises par le Chili, le Pérou, l'Uruguay, la République Argentine.

Toutes ces restrictions, qui équivalent pratiquement à une interdiction absolue de sortir du territoire, font courir un très grand danger au tourisme international. Aussi, le Conseil central du tourisme international, réuni à Paris en juin 1932, a-t-il réclamé la suppression de tous les obstacles ainsi apportés aux voyages à l'étranger.

Mais ces mêmes pays, qui empêchent leurs nationaux d'aller à l'étranger, s'efforcent en second lieu, par une active propagande dirigée dans les grands centres des principaux pays d'Europe, d'attirer chez eux les touristes des nations voisines. En France, dans les stations fréquentées par une clientèle cosmopolite, la publicité étrangère s'impose sous les formes les plus modernes. A Nice, à la gare même, que lit-on ? « Visitez l'Italie, allez à Rome, allez à Venise, allez à Florence ». Des affiches, apposées jusque dans les salles de spectacle, invitent le touriste de passage à se rendre en Allemagne, en Suisse ou autres pays. A Paris, les organismes étrangers : offices de tourisme, bureaux des Compagnies de chemins de fer et de navigation, multiplient la publicité lumineuse en faveur de leur pays. Place de l'Opéra, de la Madeleine, sur les grands boulevards, sur la rive gauche, partout sur toutes les artères les plus fréquentées, des panneaux lumineux exaltent les attraits pleins de séduction de l'Égypte, de l'Italie, de la Suisse, de l'Espagne et de l'Allemagne. Encore faut-il noter que cette publicité s'adresse moins aux Français qui voyagent peu qu'aux étrangers qui séjournent sur notre territoire ou ne font que le traverser.

L'Allemagne a atteint dans l'organisation de la propagande touristique un haut degré de perfection. Dans ce domaine elle surpasse de beaucoup les autres nations. Dès 1918, le Ministère des Travaux publics, la Hamburg-America et le Norddeutscher-Lloyd, unissaient leurs efforts pour créer le « Mittel Europaïches Reisebüro ». Cette entreprise mi-publique, mi-privée obtint le privilège de la vente des billets de voyages terrestres et maritimes en dehors des gares. Sur tout billet vendu par les agences de voyages allemandes ou étrangères qui dépendent de lui, le M. E. R. prélève une commission de 5 p. 100. Les bénéfices ainsi réalisés sont affectés à la « Reichswerkehrscentrale », organisme spécialement chargé de la publicité touristique. Sur le système de propagande adopté par ce dernier, M. Borrel donne les détails suivants (2) : « Son bureau de New-York, dit-il, est le modèle du genre avec ses quatre sections : chemins de fer, stations thermales, hôtels, foire de Leipzig. Le voyageur peut préparer son séjour en Allemagne jusque dans ses moindres détails : on retient sa chambre dans n'importe quel hôtel, de n'importe quelle ville, on lui donne son billet pour n'importe quelle destination, on le documente sur tout, on va jusqu'à lui accorder des réductions de prix sur les chemins de fer ou sur le bateau. »

» Ce bureau new-yorkais dirige la publicité allemande sur tout le territoire de l'Union. Il fait passer des films dans les cinémas de la bourgade la plus reculée, approvisionne en brochures, tracts et affiches les gares, les bibliothèques, les tramways, les hôtels, entretient une

(2) Voir Rapport présenté au Conseil supérieur du tourisme, session de 1928 : « Il faut à la France un budget de publicité. »

équipe de conférenciers, améliore sans cesse et développe son action : aussi les touristes américains viennent en Allemagne de plus en plus nombreux et reçoivent un tel accueil que peu d'entre eux n'emportent pas le meilleur souvenir de leur séjour. »

A côté de cette organisation centrale qui dirige la publicité en Allemagne et dans les pays étrangers, tous les groupements intéressés au tourisme collaborent étroitement « dans le but de faire de l'Allemagne le centre touristique le plus recherché du monde ». La Compagnie des chemins de fer du Reich, en particulier, a ouvert des bureaux en Amérique, en Angleterre, Suisse, Autriche, Hollande, Suède; elle projette d'en installer d'autres en Amérique du Sud, à Paris, en Orient. Ces derniers, cela va sans dire, font de la publicité pour les chemins de fer allemands, mais leurs efforts tendent surtout, à l'aide d'images descriptives de la campagne et des villes, de l'industrie, de l'art, de la musique, du sport, à faire connaître la culture allemande. De 1925 à 1928, les services de publicité du tourisme allemand ont distribué à l'étranger environ 750.000 affiches, portant toutes cette inscription : « Germany wants to see you » (L'Allemagne veut vous voir) ou bien « See Germany next » (la prochaine chose à voir, c'est l'Allemagne).

Enfin, de grandes cités comme Leipzig et Dusseldorf, à la fois centres artistiques, industriels et commerciaux, dans le but d'augmenter le volume de leurs échanges dans toutes les branches de la production, organisent périodiquement des manifestations susceptibles d'attirer un grand nombre de touristes internationaux.

L'Italie, pays traditionnel du tourisme, a paru se désintéresser un moment de ce puissant facteur de pros-

périté. « L'Italie fasciste, écrivait l'*Impero*, en janvier 1929, ne veut pas s'abaisser à procurer des amusements à des étrangers et n'a pas l'intention de spéculer sur l'afflux des touristes, spéculation qui nous impose une humiliante servilité. Les touristes peu fortunés sont d'un bénéfice économique médiocre, tandis que le visiteur riche est prétentieux et agressif et semble considérer toute l'Italie comme sa propriété personnelle... » « Depuis la guerre, l'Italie a mis au rancart l'industrie touristique qui la déshonore et sans laquelle elle peut parfaitement vivre. Aujourd'hui, nous nous moquons de tirer un profit des amoureux de l'Italie et nous nous trouvons beaucoup mieux seuls dans notre maison, sans avoir à supporter plus longtemps l'accent barbare et la prononciation ésotérique qui nous suffoquaient autrefois. Pour être grand, il faut chercher l'isolement propice à la méditation. Maîtres de notre maison, nous voulons conserver pour nous notre patrimoine d'art, de beauté et de souvenirs, sans entendre à chaque pas le fastidieux « very beautiful » de l'admirateur errant. Et plus tard, quand personne ne l'attendra, nous émergerons et une fois de plus nous étonnerons le monde ⁽³⁾. » Mais le gouvernement italien, après avoir condamné l'industrie touristique comme non conforme à la dignité nationale, a vite compris son erreur. L'Italie fasciste a aujourd'hui une haute conception du tourisme, qui donne aux produits italiens une puissante publicité et apporte une aide considérable à toutes ses formes d'activité. C'est à l'heure actuelle un des pays qui se préoccupe le plus d'attirer la clientèle étrangère. La propagande touristique, purement commerciale, relève de la « Compagnie italiana tu-

(3) Voir *Bulletin du Syndicat général de l'industrie hôtelière de Paris*, mars 1929.

risimo » (C. I. T.). Elle s'exerce à travers « l'Ente nazionale italiano di turismo » (Enit), émanation du gouvernement, sous le contrôle du Haut Commissaire du tourisme ⁽⁴⁾.

D'autre part, l'Etat ne néglige rien pour assurer le développement de cette industrie : il prodigue ses encouragements pour la construction d'hôtels modernes, s'efforce d'améliorer les transports, crée des autostrades, accorde de nombreuses facilités aux visiteurs étrangers, noue des ententes avec l'Allemagne pour l'organisation d'un trafic direct reliant la péninsule au grand port d'Hambourg, n'hésite pas enfin à faire les plus grands efforts en faveur de ses villes d'eaux ⁽⁵⁾.

En Suisse, un arrêté fédéral a prévu, en 1917, la création d'une « Association nationale pour le développement du tourisme », fondée par l'Union des Sociétés suisses de développement, la Société suisse des hôteliers, l'Association « Pro Sempione » et la « Nouvelle Association du Gothard ». Suivant l'article 1^{er} des statuts approuvés par le Conseil fédéral, « son but est de développer le travail commun de toutes les forces et associations opérant dans le domaine du tourisme, notamment par la création et l'entretien d'une institution désignée sous le nom d' « Office suisse du tourisme ». Elle a son siège à Zurich. Ladite association avec ses organes : l'Assemblée générale, le Conseil du tourisme et le Comité de direction, constitue en quelque sorte le corps législatif en matière de tourisme, tandis que l'Office suisse est l'exécutif chargé de la propagande et de la publicité en Suisse et surtout à l'étranger.

(4) Documentation communiquée par M. l'Attaché commercial près l'Ambassade de France à Rome.

(5) C'est ainsi qu'il a pris lui-même à sa charge les travaux d'agrandissement et de transformation des établissements thermaux de Salsomaggiore et de Montecatini.

Les attributions de l'Office suisse du tourisme, énumérées dans l'article 20 des statuts de l'Association nationale, sont en résumé les suivantes : L'Office s'efforce d'unifier et de perfectionner la publicité à l'étranger, dont il organise et contrôle la propagation. Il crée de nouvelles agences à l'étranger, se met en relation avec les agences de voyages et les compagnies de navigation, avec les représentants diplomatiques, les clubs suisses, ainsi qu'avec les personnes qui sont en mesure de favoriser les intérêts du tourisme suisse dans les grands centres du monde entier. Il étudie les conditions de la concurrence étrangère, organise des conférences, des représentations cinématographiques et des réclames lumineuses à l'étranger, encourage les congrès internationaux en Suisse et participe à l'organisation d'expositions se rapportant au tourisme. Il étudie enfin le trafic suisse dans son ensemble et spécialement dans ses rapports avec le tourisme.

La Confédération, en créant l'Association nationale, a prévu qu'une subvention lui serait accordée chaque année dans le budget, en faveur de l'Office suisse de tourisme. Fixée à 120.000 francs suisses en 1918, elle s'est élevée en 1930 et 1931 à 200.000. Les chemins de fer fédéraux lui versent, en outre, 25.000 francs et la Société suisse des hôteliers 45.000 francs. Le reste de ses besoins financiers est couvert par la cotisation annuelle de ses membres (6).

En Angleterre, une « Association de tourisme britannique » s'est créée il y a environ trois ans.

En Espagne existent de nombreux organismes de propagande touristique même municipaux et le gouvernement

(6) Documentation communiquée par M. l'Attaché commercial près l'Ambassade de France à Berne.

a créé en 1928 le « Patronato nacional del turismo », auquel il concède, à titre de subvention, les bénéfices résultant de l'assurance obligatoire des voyageurs en chemins de fer.

En Belgique, le « Conseil supérieur du tourisme » centralise et dirige la publicité, et en France, l'Office des chemins de fer belges, pourvu de larges disponibilités, répand à profusion guides, brochures, tracts, affiches.

En Hollande, l'« Association générale » est des plus actives et recourt aux journaux étrangers pour la publication d'articles sur les villes et les sites néerlandais.

L'U. R. S. S. elle-même a constitué, en 1929, un organisme de propagande touristique : la « Société panrusse de tourisme ».

CHAPITRE II

LA PROPAGANDE TOURISTIQUE FRANÇAISE

La propagande touristique française comprend trois échelons : elle est locale, régionale, nationale.

La publicité de la localité est faite par le syndicat d'initiative.

La publicité régionale par la fédération des syndicats d'initiative de la région.

La publicité nationale, qui seule nous intéresse ici, relève d'un organisme officiel : l'Office national du tourisme.

SECTION I

Organismes de propagande.

§ 1. — L'OFFICE NATIONAL DU TOURISME (O. N. T.).

Cet organisme a été créé par la loi du 8 avril 1910, dont l'article 123 est ainsi conçu :

« Il est créé au ministère des Travaux publics et des Postes et Télégraphes un Office national du tourisme ayant pour objet :

» 1° de centraliser et de mettre à la disposition du public les renseignements de toute nature concernant le tourisme sous toutes ses formes;

» 2° de rechercher tous les moyens propres à développer le tourisme, de provoquer et au besoin de prendre tou-

tes les mesures tendant à améliorer les conditions de transport, de circulation et de séjour des touristes.

» L'Office national est investi de la personnalité civile et de l'autonomie financière. »

L'expérience n'a pas tardé à montrer que la loi de 1910 et le décret du 24 août de la même année n'avaient pas accordé à l'Office assez de liberté, ni assez de ressources. Pendant les premières années de son existence, son budget modeste ne lui servait qu'à la rétribution d'un faible personnel, siégeant et fonctionnant dans des conditions assez confuses à l'Administration centrale des travaux publics.

L'Office national du tourisme a reçu son statut définitif dans la loi du 24 septembre 1919, titre II, art. 16.

Cette loi a modifié sa composition, élargi son champ d'action et lui a donné de nouveaux moyens financiers pour entreprendre et mener à bien la tâche à lui confiée. Aux attributions précédemment créées par la loi de 1910, la loi du 24 septembre 1919 en ajoute deux nouvelles. L'Office est désormais chargé (art. 16, 3^e et 4^e al.) :

« d'organiser la propagande en France et à l'étranger, aussi bien pour les stations de tourisme que pour les stations hydrominérales et climatiques, et de faire connaître par tous les moyens l'ensemble des beautés naturelles ou artistiques et des richesses de la France.

» d'encourager et de favoriser par tous les moyens l'amélioration des conditions d'habitation et de séjour dans les stations hydrominérales, climatiques ou de tourisme et d'en faciliter l'accès. »

Il lui incombe en outre d'étudier les questions intéressant la création et le développement des stations de tourisme; de donner son avis sur les questions qui lui sont

soumises par le ministre des Travaux publics, notamment sur la désignation des stations de tourisme et enfin de formuler chaque année des observations sur l'utilisation donnée par les stations hydrominérales, climatiques ou de tourisme, aux fonds provenant de la taxe de séjour.

L'Office jouit d'une certaine indépendance vis-à-vis de l'autorité administrative dont il dépend.

Il est administré, sous l'autorité du ministre des Travaux publics, par un conseil d'administration nommé par le sous-secrétaire d'Etat aux Travaux publics et au Tourisme et formé de personnalités éminentes, appartenant au milieu parlementaire, aux grandes administrations publiques, aux groupements médicaux et techniques les plus compétents et aux éléments dirigeants des grandes associations de tourisme. Le conseil règle les affaires de l'Office national du tourisme. Les délibérations sont exécutoires si, dans le délai de vingt jours, le ministre des Travaux publics n'en a pas demandé l'annulation pour excès de pouvoir ou pour violation d'une disposition législative ou réglementaire. Le directeur de l'Office, choisi par le ministre sur une liste de trois noms dressée par le conseil d'administration, assure à la fois l'exécution des décisions prises par ce dernier et le fonctionnement des services de l'Office. Il doit chaque année, après approbation du conseil d'administration, adresser au ministre un rapport détaillé sur le fonctionnement des services de l'Office.

L'Office national du tourisme possède en second lieu la capacité d'acquérir et d'aliéner. Les dons et legs qui lui sont faits sans charges, conditions ou affectation immobilière peuvent être acceptés ou refusés par le conseil d'administration, sans autorisation de l'autorité supérieure.

Dans le cas contraire, l'acceptation ou le refus doivent être autorisés par décret en Conseil d'Etat.

L'Office possède des ressources financières propres :

Les ressources ordinaires sont constituées par le produit de la taxe additionnelle à la taxe de séjour des stations hydrominérales, climatiques et de tourisme et par les subventions annuelles de l'Etat. Parmi les ressources extraordinaires il faut citer les dons et legs, les souscriptions et subventions accidentelles et les fonds provenant d'emprunts.

§ 2. — LES SUCCURSALES DE L'OFFICE NATIONAL DU TOURISME.

C'est au moment où l'étranger n'a pas encore fait sa valise et pris son billet pour une destination quelconque qu'il doit être tenté de venir en France, de préférence, par une publicité adroite qui le touche sur place, dans son pays d'origine, et lui vante la beauté, le charme et l'intérêt de l'ensemble de notre pays. Mais après avoir amené les étrangers à Paris, il ne faut point les laisser happer sur les boulevards de la capitale par la propagande intensive des pays voisins, qui, en vue de drainer vers eux la riche clientèle internationale, ont créé au cœur même de la France des bureaux de renseignements de plus en plus nombreux. Il faut, à ce moment-là, s'ingénier à éveiller chez nos visiteurs la curiosité des régions et stations françaises, éviter qu'ils se bornent simplement à traverser notre pays pour se diriger rapidement vers l'Allemagne, l'Italie ou la Suisse.

C'est pour répondre à ces deux besoins que l'Office a créé à l'étranger et en France d'importants bureaux de renseignements.

a) à l'étranger :

La propagande à l'étranger ou « propagande d'appel », commencée au cours de la guerre de 1914 par le Touring-Club de France, a été poursuivie par l'Office national du tourisme d'après un plan d'ensemble destiné à diriger vers la France le courant des voyageurs étrangers. A cet effet l'Office a créé dès 1919 et entretient dans les principales villes étrangères d'importants « Offices français de tourisme » et des « bureaux de renseignements ».

Des offices de tourisme fonctionnent à Barcelone, Genève, Londres, New-York. Organisés suivant un type uniforme, ils ont chacun à leur tête un directeur, connaissant à la fois la région où il est appelé à vivre, les diverses régions françaises, les questions hôtelières et touristiques, et ayant accompli, avant de rejoindre son poste, un stage à l'Office national du tourisme. L'Office doit fournir gratuitement au public étranger des renseignements sur les stations thermales, climatiques ou de tourisme et sur les curiosités artistiques et naturelles de la France; il doit se mettre en rapport avec tous les groupements auxquels il est intéressant de faire connaître notre pays : universités, clubs, associations diverses... et les décider à venir en groupe visiter la France; dans ce but, il répartit entre tous les organismes intéressés au tourisme (agences de voyages, compagnies de chemins de fer et de navigation, organismes officiels) les nombreuses brochures de propagande envoyées par l'Office national du tourisme. La création d'offices de tourisme paraît être le procédé le plus efficace pour faire connaître la France à l'étranger. Mais, dans les pays à change élevé, en raison même de l'insuffisance de ses ressources actuelles, elle constitue pour l'Office national du tourisme une charge très lourde

et c'est là le principal obstacle à la multiplication d'organismes de ce genre dans les diverses capitales étrangères.

Aussi partout ailleurs, à Alexandrie, Amsterdam, Berlin, Bruxelles, Buenos-Ayres, le Caire, Copenhague, Dublin, Lisbonne, Madrid, Newcastle-on-Tyne, Prague, Rio de Janeiro, Séville, Varsovie, Vienne, l'Office national du tourisme n'a pu créer que des « bureaux de renseignements » qui fonctionnent grâce au dévouement de nos attachés commerciaux.

b) *Sur mer :*

D'accord avec la Compagnie Générale Transatlantique, l'Office national du tourisme a installé des succursales à bord des paquebots *Paris, Ile-de-France, France*.

Chacun d'eux, géré par un agent de l'Office, a pour mission d'aiguiller vers la France les nombreux touristes indécis, qui préparent au dernier moment, sur le paquebot, leur voyage en Europe. Le bureau leur procure à cet effet toutes facilités et les met en rapport avec les organisations compétentes. Il poursuit parallèlement une énergique action de propagande générale, en faisant procéder à des distributions de brochures dans les cabines et les salons, en faisant projeter des films touristiques et insérer des articles de propagande dans le journal publié à bord. Enfin, c'est lui qui est chargé de recevoir les passagers de marque, qui, en raison de leur situation prépondérante, peuvent devenir, s'ils sont l'objet d'attentions spéciales, des propagandistes de valeur.

c) *En France :*

Le visiteur étranger qui s'est déjà renseigné dans son pays d'origine et en cours de route auprès des offices français de tourisme peut désirer cependant obtenir quelques

indications supplémentaires sur son voyage en France. Il trouvera heureusement, dès son arrivée dans les ports de débarquement de Bordeaux, Cherbourg, Le Havre ou Marseille un organisme spécial géré par le syndicat d'initiative de l'endroit : le « bureau du port » et, à Paris, le « Bureau national de renseignements du tourisme » (B. N. T.).

Ce dernier, créé en 1921 par l'Office national de tourisme qui en a confié l'administration à l'Union des fédérations des syndicats d'initiative (U. F. S. I.), siège définitivement aujourd'hui, depuis la fin de l'année 1931, à la « Maison de France », avenue des Champs-Élysées.

Il est chargé de donner gratuitement et d'une façon absolument impartiale et désintéressée, verbalement ou par correspondance, toutes informations d'accès et de séjour sur les régions et stations de France et des colonies.

Destiné surtout à agir sur les étrangers de passage à Paris, à les convaincre qu'avant de quitter notre pays, ils ne doivent point oublier de visiter nos provinces, il joue par là même avec plus d'ampleur, vu l'étendue de son ressort, le même rôle vis-à-vis de la France métropolitaine et d'outre-mer que le syndicat d'initiative vis-à-vis de sa circonscription (1).

Pour être en mesure de répondre très rapidement au nombre infini de questions qui peuvent lui être posées par ses correspondants et ses visiteurs français et étrangers, le Bureau national du tourisme a réuni depuis plusieurs années une documentation très importante, constamment tenue à jour, qui englobe toutes les branches de l'information thermale, climatique et touristique. Par l'intermé-

(1) Le Bureau national du tourisme assure par ailleurs le service du Syndicat d'initiative de Paris.

diaire du Service de répartition de l'Union des fédérations des syndicats d'initiative, il se trouve régulièrement approvisionné en brochures, guides, dépliants, tracts, édité par les syndicats d'initiative et leurs fédérations, par les compagnies de chemins de fer et de navigation maritime et aérienne et par l'Office national du tourisme. En dehors de cette documentation courante, le Bureau national du tourisme a établi des renseignements plus précis concernant par exemple : les hôtels et pensions de famille de Paris, ses musées et monuments publics, ses curiosités naturelles et monumentales, ainsi que celle des environs; les sanatoria de France, les cimetières militaires de la Grande-Guerre, les facilités de circulation accordées par les compagnies de chemins de fer, les principales foires et expositions françaises, les spécialités gastronomiques de nos diverses régions...

Des revues, journaux, publications périodiques, et d'une façon générale tous les organes touristiques de langue française ou étrangère, sont mis, au siège de cet organisme, à la disposition du public qui peut également y consulter tous les jours le *Bulletin météorologique* et les différents bulletins d'enneigement dans les stations de sports d'hiver.

Chaque année, le Bureau national du tourisme assure le fonctionnement et la documentation des bureaux de renseignements organisés par l'Union des fédérations des syndicats d'initiative avec le concours de l'Office national du tourisme, aux Foires de Lyon et de Paris. En 1931, il a assuré en outre à l'Exposition coloniale et internationale de Paris le fonctionnement du Bureau national, colonial et international de tourisme, créé à la demande du maréchal Lyautey; il a participé également au Salon des sports d'hiver au Grand-Palais.

SECTION II

Les procédés de propagande.

Pour faire connaître en France et à l'étranger les richesses naturelles et artistiques de notre pays, l'Office national du tourisme utilise tous les modes de publicité modernes.

Il édite de nombreuses brochures de propagande susceptibles d'être distribuées avec fruit et qui méritent d'être conservées pour leur intérêt propre. Signalons parmi les plus intéressantes : *Le prix des hôtels en France*, où figurent des milliers d'hôtels appartenant aux catégories les plus variées, des somptueux palaces aux bonnes hôtelleries, classés par ordre alphabétique de localités (2). Cette publication, chaque année plus complète, présente un intérêt considérable, d'abord par l'importance de la documentation qu'elle contient et ensuite parce que les établissements qui y sont mentionnés se sont engagés à respecter les prix indiqués; *Le prix des hôtels de Paris*; une plaquette de bienvenue intitulée *France*; un album des stations thermales destiné à faire connaître aux médecins étrangers les capacités curatives de nos stations; un *Calendrier des manifestations régionales françaises*, publié en deux éditions, l'une d'hiver, l'autre d'été.

Mais la diffusion de brochures ne suffit point à attirer chez nous le flot des touristes, aussi l'Office national du tourisme met-il à la disposition de conférenciers réputés,

(2) Après le nom de chaque hôtel, nous trouvons les indications suivantes : sa date d'ouverture (été ou hiver), s'il accepte en paiement le chèque de voyage du Crédit national hôtelier, le nombre de ses chambres, le prix de la pension, de la chambre et des repas, l'altitude de la localité et les sports pratiqués.

de nationalité française ou étrangère, ses nombreuses collections de vues sur vitrose, accompagnées d'un texte rédigé par des personnalités marquantes du tourisme et de la littérature; il communique aux journaux et revues qui lui en font la demande des clichés sur cuivre représentant les principaux sites et monuments de France.

Un service de presse a été également organisé depuis de nombreuses années. Des communiqués fréquents aux journaux français et étrangers, relatifs aux travaux de l'Office et au développement du tourisme français, ont éveillé l'attention du public sur toutes les questions inhérentes à ce domaine.

L'Office a participé financièrement à l'édition de films documentaires simples ou avec scénarios qui sont utilisés au mieux des intérêts du tourisme français par les directeurs des offices et bureaux à l'étranger. Aucun texte, aucune photo, ne sauraient exprimer en effet le charme et la splendeur d'une contrée, comme le film qui la projette, animée et sonore, sur l'écran. Aussi l'Office entretient-il des relations permanentes avec les sociétés cinématographiques et les éditeurs, qui souvent s'inspirent de ses conseils et font appel à son expérience, et intervient-il fréquemment auprès des administrations publiques pour faciliter la prise de films documentaires.

En accord avec le ministre des Affaires étrangères, l'Union des grandes Associations pour l'Essor national et l'Union des fédérations des syndicats d'initiative, l'Office national du tourisme assure d'autre part depuis plusieurs années l'émission par les postes de T. S. F. des P. T. T., Tour Eiffel et Petit Parisien, des conférences-causeries, au cours desquelles toutes les provinces françaises et nos diverses stations thermales, climatiques et de tourisme sont trai-

tées tour à tour. Ces conférences, reprises ensuite par les postes de Marseille, Zurich, Toulouse, Lyon, rédigées d'une façon aimable qui dissimule l'intention publicitaire, égayées souvent de chants ou de poèmes de caractère traditionnel, régional ou local, piquent inévitablement la curiosité du sans-filiste sans le fatiguer. Elles constituent un mode de propagande très efficace car elles atteignent à la fois un nombre incalculable d'auditeurs. Depuis peu, l'Office a installé à la « Maison de France » son propre studio en liaison avec la station des P. T. T. relayée par la Tour Eiffel. Le « Journal parlé du tourisme », diffusé tous les jours à la même heure, ne comporte pas uniquement des descriptions de sites et de régions, mais des informations touristiques, des partitions musicales et des allocutions de personnalités françaises ou étrangères de passage à Paris.

L'Office a adopté en outre une formule nouvelle de propagande pour nos stations thermales : elle consiste à provoquer la visite de médecins spécialistes dans les stations correspondant à leur spécialité, où ils séjournent le temps nécessaire pour en apprécier toute la valeur curative. C'est ainsi qu'en août 1931 un groupe de médecins et de savants nord-américains ont été invités en France où ils ont visité successivement Deauville, Dax, Hossegor, Biarritz, Luchon, Aix-les-Bains, Evian, Vittel, Contrexéville, Royat, La Bourboule, Le Mont-Dore, Châtel-Guyon et Vichy. L'année précédente, une Mission argentine composée de personnalités du monde médical, financier, journalistique et économique fut conviée en septembre à effectuer une randonnée à travers nos régions touristiques et plusieurs de nos stations thermales et climatiques. En 1929, l'Office avait également organisé un voyage à travers la France pour les directeurs d'agences de voyages américaines et un autre pour les étudiants suisses.

CHAPITRE III

PROJETS DE REFORME ET REALISATIONS

Ces heureuses initiatives de notre organe officiel de propagande devraient servir utilement la cause du tourisme français. Malheureusement, jusqu'à ces dernières années, le manque de coordination des efforts et la modicité des ressources affectées à la propagande ont paralysé l'action publicitaire de la France à l'étranger.

SECTION I

Nécessité de coordonner les efforts.

Dans de nombreuses capitales étrangères, il existe, à côté de l'agence de l'Office national du tourisme, divers organismes français (bureaux du ministère du Commerce, des compagnies de chemins de fer et de navigation, ambassades et consulats) qui font chacun pour leur compte de la publicité en faveur de la France.

Cette dispersion des efforts, nous la retrouvons également à l'intérieur du pays, où, jusqu'à une époque assez récente, les syndicats d'initiative, les compagnies de chemins de fer et de navigation agissaient individuellement dans le domaine de la propagande. Cette action séparée, tant en France qu'à l'étranger, bien qu'alimentée dans l'ensemble par des capitaux considérables, était d'un fai-

ble rendement, car elle se trouvait écrasée par les propagandes collectives de l'Allemagne, de l'Italie ou de la Suisse.

Pour lutter efficacement contre la propagande étrangère, il était donc indispensable d'organiser une publicité massive, de grouper en un seul budget toutes les ressources ainsi dispersées, de constituer en un mot un « front unique de propagande ». Cette unité, qui, nous le verrons plus loin, a été réalisée en partie, on devait l'obtenir, selon M. Auscher ⁽¹⁾, en créant dans les principales capitales étrangères « un grand foyer central qui serait la Maison de France » et en édifiant à Paris, centre d'attraction universel, une « Maison de tourisme », où seraient réunis tous les groupements intéressés ou désintéressés qui font œuvre de propagande.

Dans un ordre d'idées voisin, le Comité national des conseillers du commerce extérieur avait préconisé la formation d'une société ayant pour but ⁽²⁾ :

de grouper les budgets des publicités à l'étranger des industriels et commerçants, des syndicats d'initiative, des compagnies de chemins de fer et de navigation, des expositions et foires françaises; de répartir les sommes entre les différents journaux ou périodiques étrangers en tenant compte des indications des annonceurs; d'obtenir, grâce à l'importance des contributions ainsi apportées, des prix plus avantageux, une ligne de conduite plus favorable au développement de l'influence et de l'expansion françaises.

(1) Rapport sur l'Importance économique du tourisme. Conseil national économique, juill. 1927.

(2) *L'Essor du Commerce français sur les marchés extérieurs*. Compte rendu du IV^e Congrès national des conseillers du commerce extérieur de la France, Nice, 4-8, janv. 1928.

Le Président du conseil, par lettre en date du 17 février 1926, avait donné son approbation à ce projet de groupement, l'Agence Havas avait promis son concours, et les rapports des attachés diplomatiques et consulaires avaient été unanimement favorables. A la suite d'entretiens avec différentes personnalités et associations, le Comité national des conseillers du commerce extérieur avait entrevu la possibilité de constituer un groupement de la publicité touristique et commerciale à l'étranger. La résistance inattendue et inopportune des annonceurs devait malheureusement faire échouer ce projet. A côté de cet organisme, le Comité national envisageait la création à l'étranger d'un « centre commercial de tourisme », d'une sorte de « comptoir » où seraient échantillonnés les documents et les renseignements touristiques. Cette « Maison du tourisme » grouperait les agences de voyages, les compagnies de chemins de fer et de navigation et comprendrait également un bureau d'informations touristiques, qui donnerait des renseignements gratuits, entièrement désintéressés et fonctionnerait ainsi dans le même esprit que le Bureau national de renseignements et les bureaux des syndicats d'initiative. En outre, comme il existe un lien très étroit entre le commerce et le tourisme, chaque touriste étant un « acheteur en puissance », la Maison du tourisme serait par la suite agrandie et deviendrait la « Maison des régions économiques », où figurerait une exposition permanente de nos produits régionaux. Elle serait en quelque sorte le centre où viendraient converger toutes les forces françaises. D'autre part, il y aurait intérêt à ce qu'une « Maison du tourisme et des régions » soit également fondée à Paris.

Ces vœux ont été en partie réalisés par l'Office national

du tourisme, avec le concours des grands réseaux. Depuis un an déjà, la « Maison de France », située en belvédère sur l'avenue des Champs-Élysées, l'avenue George-V et la rue Bassano, rassemble sous l'aspect le plus moderne et le plus attrayant tous les éléments du tourisme, thermalisme, climatisme, ainsi que les groupements économiques ⁽³⁾. Cet édifice, digne en tous points du grand nom qu'il porte, est aujourd'hui le cœur même de la propagande française, propagande non seulement touristique, thermale et climatique, mais aussi économique, artistique et intellectuelle, car l'on ne saurait aujourd'hui séparer les unes des autres.

SECTION II

Nécessité d'établir une statistique générale du mouvement touristique en France.

Pour lutter avec succès contre la concurrence des nations étrangères, qui s'ingénient par tous les moyens à détourner les touristes de notre pays, il faut, à l'exemple de la Suisse, de l'Italie et plus particulièrement de l'Allemagne, établir un plan rationnel de propagande touristique, basé sur des données statistiques rigoureusement exactes.

Il y a quelques années déjà, l'Institut international de statistique a exposé en ces termes la nécessité d'organiser une statistique internationale du tourisme : « Considérant qu'il importe à chaque Etat de connaître non seulement le nombre des visiteurs étrangers qui viennent sur son territoire (mouvement actif des étrangers), mais aussi

(3) L'Office national du tourisme, le Bureau national de Renseignements, l'Union des fédérations des syndicats d'initiative, les agences de voyages, l'Automobile-Club et le Touring-Club de France, les compagnies de chemins de fer et de navigation, la Maison Michelin, l'Agence Havas, le Crédit national hôtelier.

la proportion dans laquelle ses habitants participent au mouvement des étrangers dans les autres pays (mouvement passif des étrangers); que ce dernier chiffre ne peut être connu par un Etat que si tous les autres relèvent et publient le nombre des étrangers de chaque nationalité qui les visitent;

» Considérant, d'autre part, que les déplacements périodiques et saisonniers des travailleurs, venant dans un pays étranger pour y trouver une occupation passagère, appartiennent au domaine de la statistique de l'émigration temporaire et non à celui des déplacements momentanés; qu'ainsi il n'y a pas lieu de comprendre cette catégorie d'étrangers dans les relevés faisant l'objet des recommandations ci-après; que, par contre, les voyageurs de commerce peuvent difficilement être distingués des touristes et doivent être compris dans la statistique envisagée ici, tout en étant comptés à part, dans la mesure où cela est possible;

» Est d'avis qu'il y a lieu de demander à tous les Etats où le mouvement des étrangers venant dans un but autre que d'occuper un emploi a une certaine importance d'organiser une statistique annuelle et régulière de ce mouvement dans les conditions ci-après :

» I. — Pour réaliser cette organisation, chaque Etat pourra employer les procédés déjà existants, qui lui permettront d'obtenir les résultats désirés avec le minimum de sacrifices de sa part.

» II. — La statistique pourrait, suivant les cas, être faite d'une manière plus ou moins complète dans les conditions suivantes :

» a) les Etats ayant un mouvement d'étrangers largement développé ont intérêt à rechercher en même temps que leur nombre la durée de leur séjour;

» b) dans les autres Etats, on se contenterait simplement de données sur le nombre des voyageurs, complété, s'il y a lieu, par celui des localités où ils ont séjourné.

» III. — La seule condition capitale est que chaque Etat publie pour tout son territoire les résultats du mouvement des étrangers, classés d'après les pays du domicile permanent des visiteurs. Cette classification doit comprendre tous les Etats, à l'exception de ceux pour lesquels le nombre des visiteurs étrangers est très faible. Ces derniers devraient toutefois être énumérés dans la publication. Les résultats globaux concernant les nationaux de ces pays, dont la présence a été constatée dans d'autres Etats, leur seront fournis sur demande. » (4).

Jusqu'ici, nous n'avons pas eu de statistiques officielles précises indiquant par nationalité le nombre exact d'arrivées et la durée de séjour.

Pour obtenir dans ce domaine des renseignements aussi proches que possible de la vérité, deux procédés sont actuellement utilisés en France :

L'Office national du tourisme recourt souvent à la méthode des billets : On suppose qu'une certaine proportion (déterminée à la suite d'enquêtes répétées) de billets vendus à l'étranger et dans les gares-frontières, à destination d'un pays, a été achetée par des étrangers. Aux chiffres obtenus par cette méthode, doivent être ajoutés ceux des entrées par voie pédestre ou automobile, aux postes frontières. En totalisant ces résultats, on peut connaître d'une façon approximative la quantité d'étrangers venus en France. Mais ce procédé est très imparfait, car il ne permet pas de savoir quelle est la durée de leur séjour.

(4) V. XVII^e session de l'Institut international de statistique, Le Caire, 29 déc. 1927-5 janv. 1928 (*Bull. statist. gén. de la France*, avril-juin 1928).

On fait appel également aux statistiques de passeports :

Ici, il suffit de totaliser le nombre de visas délivrés par nos divers agents consulaires à l'étranger pour connaître le nombre de visiteurs pèlerins venus en France pendant l'année. Mais, en partant de ces bases, l'Office ne peut publier que des renseignements fragmentaires, car la formalité du visa a été supprimée pour les ressortissants de divers pays et parce que les consulats ne font pas parvenir assez rapidement et assez régulièrement ces sources d'information.

Une troisième méthode découle de l'article 4 de l'ordonnance du 15 juin 1832 et de l'article 475-2 du Code pénal. Ces textes créent pour les « aubergistes, maîtres d'hôtel, garnis et logeurs », l'obligation d'inscrire sur un registre les nom, âge, profession, domicile habituel, dernière résidence, date d'arrivée et de départ, de tous ceux qui auront couché ou passé une nuit dans leur maison.

En combinant ces diverses méthodes, qui, prises isolément, ne donnent que des résultats approximatifs et en procédant par recoupements, on pourrait, semble-t-il, dénombrer d'une façon beaucoup plus exacte les voyageurs étrangers.

Pour établir une statistique générale du mouvement des touristes étrangers en France, question aujourd'hui à l'étude, on a songé, d'autre part, à utiliser seul le troisième procédé, dit de la « déclaration » ⁽³⁾. Ce dernier permettrait, à condition d'éviter ces fréquentes négligences dans l'inscription des voyageurs, de connaître le nombre précis de touristes étrangers en provenance de tel ou tel pays reçus pendant l'année. En comparant pour chaque natio-

(3) La méthode de questionnaires, procédé actuellement en vigueur en Angleterre, n'aurait aucune chance de succès en France, où il serait con-

nalité les statistiques récentes à celles des années écoulées, il serait alors facile de constater si le contingent de visiteurs originaires d'un pays donné est en progression constante, ou si, au contraire, il diminue régulièrement. Ces renseignements numériques, soigneusement tenus à jour, serviraient de directives à l'Office national du tourisme pour organiser d'une façon méthodique notre propagande à l'étranger.

Les moyens de publicité employés par l'Office seront, en effet, différents, suivant qu'il s'agira de faire naître un courant touristique vers la France dans un pays qui jusqu'alors ne nous envoyait personne, ou d'accentuer un mouvement déjà bien dessiné. « Il serait puéril, en effet, — dit M. Borrel — de ne pas tenir compte des résultats acquis déjà auprès de la clientèle d'un pays donné et de procéder à son égard comme s'il s'agissait de lui révéler la France, qu'elle connaît. Au contraire, s'il faut de toutes pièces « inventer » un mouvement de voyageurs vers notre pays, on procédera par étapes, suivant une technique bien connue des spécialistes de la publicité. » (6).

sidéré comme vexatoire. La méthode des sondages (qui consiste en une enquête périodique auprès des hôtels et pensions), recommandée par le professeur Bochi et citée par le professeur Mariotti dans son Cours d'économie touristique, n'est qu'approximative, car elle suppose une proportion uniforme d'arrivées et de départs. V. *L'Hôtellerie*, Gautier.

(6) V. *Les statistiques officielles des étrangers en France*, A. Borrel (*Bull. du Synd. gén. de l'Ind. hôt. de Paris*, juill. 1931).

SECTION III

Urgence d'un important budget de propagande touristique.

Alors que dans toutes les grandes nations européennes l'Etat participe à la propagande touristique en dotant l'organisme spécialement habilité à cet effet de puissants moyens financiers, notre Office national du tourisme manque de ressources pour remplir sa mission.

On hésite à mettre en regard des budgets magnifiques de nos concurrents les subsides dérisoires de notre organe officiel de propagande.

L'Allemagne dépense annuellement en Amérique 17 millions de marks-or, dont 10 rien que pour sa publicité à New-York, et pour sa publicité dans le monde entier elle consent des frais cinq fois supérieurs; l'Italie 30 millions de lires; l'Espagne 12 millions de pesetas; l'Angleterre, enfin, 25.000 livres.

Pour mener à bien l'œuvre de « propagande et de vulgarisation » qui lui a été confiée, l'Office disposait seulement, au cours de ces dernières années, du produit de la taxe additionnelle à la taxe de séjour, établie par l'article 18 de la loi du 24 septembre 1919 ⁽⁷⁾; d'une subvention de 1 million sur le produit des jeux accordée par la loi de finances du 31 juillet 1920, soit au total, environ 4 millions. Les subventions annuelles de l'Etat, fixées à 29.000 francs

(7) Qui en a fixé le taux à 10, 15 ou 20 p. 100, suivant que le produit global de la taxe principale au cours de l'année précédente s'est trouvé inférieur à 20.000 francs, compris entre 20.000 et 50.000, ou supérieur à 50.000.

La première année le taux de perception est uniformément de 15 p. 100.

Aux termes de l'article 19, le produit de la taxe additionnelle perçue dans les stations de tourisme est acquis intégralement à l'Office national du tourisme; les sommes encaissées au même titre dans les stations hydro-minérales et climatiques devant, par contre, à concurrence de 25 p. 100, être versées à l'Institut d'hydrologie et de climatologie.

avant guerre, portées, lors du remaniement de l'Office, en 1917, à 519.000 et à 550.000 en 1922, avaient été réduites de moitié en 1924 et supprimées en 1925.

Depuis cette époque jusqu'en 1931, le gouvernement, averti à plusieurs reprises du péril national que nous fait courir le succès de la concurrence des pays étrangers, s'est toujours retranché derrière les difficultés financières pour refuser les crédits nécessaires.

La modicité des ressources mises à la disposition de l'Office explique les gros sacrifices que dut s'imposer cet organisme pour créer au delà de nos frontières d'importants offices et bureaux de renseignements et pour fonder à Paris le Bureau national de renseignements de tourisme. En 1925 et 1926 notamment, la baisse de notre franc avait considérablement diminué l'importance des moyens financiers de l'Office national du tourisme. Tel office de New-York, dont le loyer était de 10.000 dollars, c'est-à-dire 50.000 francs en 1914, coûtait à l'Office 250.000 francs en 1927 et près de 400.000 en 1926. Aussi s'était-il vu, à cette époque, dans la pénible obligation de fermer certains de ses bureaux à l'étranger ou tout au moins de réduire leurs frais de personnel. Selon une expression très juste de M. Auscher, « il ne pouvait plus marcher qu'en veilleuse » (8).

Aujourd'hui, malgré de louables efforts, notre action publicitaire à l'étranger, comparée à celle de nos voisins, se révèle insuffisante. Ces derniers, pourtant moins favorisés par la nature, moins riches en trésors artistiques, parce qu'ils appliquent au tourisme des « méthodes commerciales », tendent à obtenir, au détriment de la France, le monopole de cette industrie.

(8) V. *Importance économique du tourisme*.

Pour permettre à notre Office national du tourisme d'accomplir comme il le désire sa noble mission de « faire connaître et aimer la France à l'étranger, il paraît donc indispensable de lui octroyer dans un avenir très proche, indépendamment de ses moyens financiers actuels, un budget permanent de publicité qui soit digne de notre pays.

Le développement du tourisme intéresse au premier chef les grands centres de tourisme tels que Paris, Lyon, Marseille, Bordeaux, Toulouse, Nice, et les stations thermales, climatiques, balnéaires, touristiques. De même, une très grosse part des recettes des réseaux de chemins de fer, des compagnies de navigation, des firmes de transport automobiles, des exploitations hôtelières et des commerces de luxe est fonction du mouvement touristique. En multipliant les faits générateurs d'impôts, le tourisme intéresse par voie de conséquence l'Etat, auquel il rapporte un énorme contingent d'impôts et de taxes et les collectivités secondaires, départements et communes qui participent elles aussi aux recettes fiscales, soit en percevant la fraction qui leur revient sur plusieurs impôts d'Etat, soit en émettant des centimes additionnels, soit en imposant des taxes spéciales. Puisque la nation tout entière tire profit de l'afflux des visiteurs étrangers « qui viennent consommer et acheter ses produits, donner à son activité une impulsion toujours renouvelée, entretenir et grossir un énorme courant d'affaires », c'est donc à l'aide de « ressources nationales », par un vaste appel aux divers bénéficiaires de l'industrie touristique, que l'Office national du tourisme trouvera les crédits indispensables pour faire œuvre utile de propagande.

Dès 1929, obéissant à ces suggestions, des commerçants,

des industriels, des agriculteurs, des Compagnies de transport, se constituaient dans un but de publicité collective, sous l'autorité de l'Office national du tourisme et du Comité national des Conseillers du Commerce extérieur, en une « Association française d'expansion touristique ». Ce nouvel organisme décidait d'alimenter dans chaque pays étranger des « Comités » agissant au nom du tourisme et du commerce et chargés par une publicité adaptée à chaque milieu de faire connaître les beautés de la France, de réfuter les erreurs et les affirmations tendancieuses.

Peu de temps après, les maires et représentants des Chambres d'industrie des stations thermales, climatiques et touristiques, réunis à Biarritz (du 7 au 9 avril) pour rechercher les moyens susceptibles d'unifier les efforts de la propagande française à l'étranger, se groupaient en une « Association nationale », dont le siège fut fixé à Paris à l'Office national du tourisme. Au cours de sa deuxième séance, l'Assemblée reconnaissait la nécessité de constituer un « fonds commun de propagande », auquel participeraient les divers bénéficiaires de la publicité touristique et décidait, à titre d'exemple, que les stations représentées au Congrès s'efforceraient de faire inscrire sur leurs budgets locaux une subvention de principe. Celles-ci insisteraient en outre auprès de leurs parlementaires afin que ces derniers agissent à leur tour auprès du ministre des Finances, en vue d'obtenir la participation généreuse du gouvernement (9-10).

(9) V. *Bulletin officiel de l'U. F. S. I.*, mars-avril-mai 1929.

(10) L'Assemblée générale constitutive, tenue à Paris le 19 décembre 1929, a voté à l'unanimité un ordre du jour en faveur de la participation des communes au fonds commun de propagande touristique à l'étranger (V. *Bulletin U. F. S. I.*, janvier-février 1930). Un vœu a été émis, concernant l'établissement d'une taxe de publicité destinée à alimenter dans chaque station un fonds commun de propagande nationale. Le Conseil d'ad-

Deux mois après, le 9 juin, l'Union des fédérations des syndicats d'initiative, au cours de son assemblée générale extraordinaire, tenue à Bordeaux, au Palais de la Bourse, prenait la décision de se joindre sans tarder aux groupements déjà constitués. A la suite de cette initiative, les fédérations « Limousin-Quercy-Périgord », « Ile-de-France », « Pyrénées-Côte-Basse-Gascogne », la Chambre d'industrie climatique de Cauterets, la municipalité de cette ville et celle d'Aix-les-Bains ont apporté leurs contributions respectives au fonds commun de propagande.

Le 4 juin de la même année, l'Assemblée des présidents de chambres de commerce, ayant mis en lumière l'intérêt que présente pour le commerce français la réalisation d'une politique de propagande touristique à l'étranger, invitait les chambres de commerce à s'intéresser à une œuvre qui touche de si près aux intérêts économiques du pays. La Chambre de commerce de Chambéry a pris aussitôt la tête du mouvement en votant un crédit de 5.000 francs.

Mais si l'initiative privée a, la première, apporté sa contribution au budget de publicité de la France, il n'en reste pas moins que l'action décisive doit surtout être réalisée par les pouvoirs publics.

Dans le projet de loi relatif au perfectionnement de l'outillage national, déposé le 25 novembre 1929 par M. Tardieu, président du Conseil, le gouvernement, conscient de l'importance économique du tourisme, attribuait à l'Office national du tourisme un crédit de 30 millions répartis en cinq annuités, que les circonstances économiques et politiques n'ont pas permis de retenir par la suite. Cette dota-

ministration de l'U. F. S. I. a demandé par ailleurs que l'assiette de cette nouvelle taxe soit établie de telle façon que tous les commerçants et industriels participent à la propagande en faveur du développement du tourisme (*Bulletin officiel de l'U. F. S. I.*, mars-avril-mai 1931).

tion devait, d'une part, permettre à l'Office d'élargir son action à l'étranger et assurer, d'autre part, la création à Paris d'une « Maison de France », « véritable foyer de renseignements et d'action pour nos stations thermales et nos centres de production agricole ».

De leur côté, les groupes du tourisme au Sénat et à la Chambre ont insisté à maintes reprises auprès de ces deux Assemblées ⁽¹¹⁾ pour obtenir la création d'un budget annuel de publicité touristique. « La France, disait M. Borrel, au point de vue de l'industrie touristique, est un commerçant, il faut nécessairement qu'elle adopte les procédés du commerce. Que l'Etat ne dise point c'est une affaire privée; aux hôteliers, aux transporteurs, à ceux qui vivent du tourisme à faire l'effort que les circonstances requièrent. Sans doute ils doivent y participer, mais c'est à l'Etat qu'il appartient de faire le premier effort..., et aussitôt les départements, les chambres de commerce, les villes et les stations, les groupements industriels et commerciaux suivront.

» Rappelons au Gouvernement que l'équipement exige autre chose que l'ouverture de chantiers, la construction d'hôtels, l'organisation de transports ferroviaires ou routiers. Un grand magasin n'est pas complètement équipé du moment qu'il est bâti, approvisionné et muni de son personnel de vendeurs. Il s'agit aussi d'attirer la clientèle et « l'équipement » comporte dès lors une organisation de la publicité. Il en est de même pour une nation, elle doit se faire connaître avec des moyens pécuniaires appropriés » ⁽¹²⁾.

(11) V. les séances : 25 nov. 1929, *Doc. parl.*, Chambre, n° 2480; 9 déc. 1929; 20 mars 1930, *Doc. parl.*, Chambre, n° 3013; 12 avril, Chambre; 14 avril, Sénat.

(12) V. *Doc. parl.*, Chambre, n° 2480.

La dotation de 30 millions en faveur de l'Office national du tourisme, inscrite par le gouvernement dans son programme d'outillage national, doit seulement être considérée comme un « fonds de premier établissement » qui vient réparer l'oubli des années précédentes. Le tourisme exige à l'avenir un effort permanent et normal : un budget annuel de propagande.

A la suite de nombreux débats, un crédit de 1 million a été consenti à l'Office national du tourisme, dans le budget de l'exercice 1931-1932. Il devait être ramené à 750.000 francs par la loi de finances du 1^{er} avril 1932.

TITRE II

DE QUELQUES OBSTACLES AU TOURISME ÉTRANGER

Si nous en croyons nos visiteurs, la France ne serait plus, depuis quelques années déjà, la « terre du bon accueil », comme elle l'était autrefois. Sans doute, y a-t-il de leur part un peu d'exagération. Néanmoins, si nous faisons notre examen de conscience en toute impartialité, nous devons bien avouer que, à certains égards, ce reproche mérite d'être pris en considération.

Au temps où des touristes de toutes nationalités affluaient en France, nous avons parfois méconnu les lois de l'hospitalité. Nous nous sommes laissés aller à des accès trop peu déguisés de xénophobie. Au lieu de considérer les étrangers comme des éléments de richesse, l'opinion publique n'a pas craint de leur manifester certains sentiments d'hostilité, elle a vu en eux des hôtes indésirables, responsables de la hausse du coût de la vie.

L'aménité et la politesse, ces deux facteurs si importants au point de vue de la propagande touristique, ont malheureusement diminué dans de notables proportions dans notre pays. Nos visiteurs n'ont pas toujours rencontré auprès des fonctionnaires plus particulièrement en con-

tact avec la clientèle étrangère toute la déférence qu'ils étaient en droit d'attendre.

Certains commerçants, mal avisés, traitant avec des touristes étrangers, se sont laissés entraîner à majorer indûment leurs prix. La presse étrangère s'est emparée aussitôt de ces cas isolés, les a généralisés, créant ainsi dans l'esprit de ses lecteurs une impression fâcheuse, qui a beaucoup nui au tourisme français.

Ajoutons qu'au moment où l'Allemagne, l'Italie et la plupart des pays voisins s'ingéniaient à faciliter le tourisme en supprimant toute espèce de contrôle, d'impôts spéciaux sur les visiteurs étrangers, la France, au contraire, ne cessait d'accumuler les obstacles : elle construisait pour eux un arsenal de taxes et multipliait à plaisir les tracasseries administratives.

Si la crise grave que subit l'économie mondiale et les mesures d'interdiction de sortie des capitaux prises par de nombreux pays étrangers, sont les causes profondes du ralentissement actuel du mouvement touristique, cette réception maladroite, jointe à une propagande insuffisante, n'y est pas non plus étrangère.

Pour résoudre la crise du tourisme, M. Tardieu, lors de son second ministère, instituait, le 2 mars 1930, un Haut-Commissariat au tourisme, transformé quelques mois plus tard en Sous-Secrétariat d'Etat, avec mission de coordonner, diriger et accentuer les efforts en faveur du développement de cette industrie.

Placé à la tête de cet organisme, M. G. Gérard a donné, dès son entrée en fonction, des conseils autorisés sur la politique du « bon accueil ». « Je veux, a-t-il dit, qu'on vienne en France avec le sourire, qu'on y soit accueilli avec le sourire et qu'on en parte avec le sourire. » En

rappelant aux fonctionnaires en contact avec le public que la France devait montrer un visage accueillant à tous ceux qui lui font le plaisir de venir chez elle, M. G. Gérard a voulu remettre en honneur ces deux qualités chères à la tradition française : la politesse et la courtoisie. Il a souligné également la nécessité, si l'on veut enlever à la propagande antifranaïaise un de ses principaux prétextes, d'opérer un allégement de notre système fiscal.

Une étude rapide des formalités administratives, des prix et des taxes, nous permettra à la fois de relever les améliorations apportées dans ces divers domaines et de dégager la tâche de demain.

CHAPITRE PREMIER

FORMALITES ADMINISTRATIVES

Tout étranger qui vient visiter la France doit se munir d'un passeport et d'une carte d'identité. S'il voyage en automobile, il doit en outre être porteur d'un titre douanier, d'un permis de circulation, d'un certificat international pour automobile et d'un permis international de conduire.

§ 1. — LE PASSEPORT.

Exception faite des Belges et des Luxembourgeois, pour lesquels la carte d'identité pourvue d'une photographie est suffisante, chaque touriste étranger, à son entrée en France, est tenu de présenter un passeport délivré par les autorités de son pays et visé par le Consul de France le plus proche de son domicile. Ce visa diplomatique se délivre sous deux formes : visa de transit, dont le délai de validité a été porté en 1931 de quinze jours à un mois, ou bien visa de durée, valable deux ans.

Le régime actuel des passeports et des visas est déterminé par des accords internationaux fondés sur le principe de la réciprocité. C'est ainsi que le visa n'est pas exigé pour les nationaux des pays suivants : Afrique du Sud, Australie, Danemark, Espagne, Grande-Bretagne, Irlande,

Japon, Italie, Norvège, Pays-Bas, Suède, Suisse, Tchéco-Slovaquie, et nombreux Etats d'Amérique (1).

Afin de faciliter l'accès et le séjour des touristes étrangers en France, la Commission interministérielle, réunie sur l'initiative et sous la présidence de M. G. Gérard, avait supprimé pour les étrangers, membres d'associations ou de groupements, l'obligation du passeport à l'entrée en France pendant toute la durée de l'Exposition Coloniale de Paris. Une simple carte d'identité suffisait. Toutefois, pour les étrangers appartenant aux pays qui n'ont pas encore conclu avec la France un accord supprimant la formalité du visa, cette carte d'identité devait être visée par le consulat du pays d'origine.

En 1921, la Chambre de commerce internationale, tenant son Congrès à Londres, a demandé la création d'un passeport international uniforme, en attendant le retour au régime d'avant-guerre, sous lequel le passeport avait presque disparu. La suppression ou du moins la simplification des formalités d'obtention ont été encore demandées lors du Congrès de Rome en 1923, lors de l'Assemblée générale des 27 et 28 octobre 1923, du Conseil central du tourisme international, aussi bien que lors des différentes réunions tenues sous les auspices de la S. D. N. par la Commission consultative et technique des communications et du transit. La sixième assemblée de la S. D. N., dans sa résolution, avait préconisé l'établissement d'ententes entre certains pays pour hâter la suppression progressive du passeport. Dans le cas où cette formalité serait maintenue, certaines facilités devraient être accordées : unification du type de passeport international, organisation rationnelle

(1) Canada, Mexique, Costa-Rica, Cuba, Honduras, Nicaragua, Brésil, Equateur, Paraguay, Uruguay...

et pratique des bureaux de délivrance des passeports, extension de la durée et de l'étendue de leur validité, réduction des taxes perçues lors de leur établissement.

§ 2. — CARTE D'IDENTITÉ.

Tout visiteur étranger âgé de plus de 15 ans qui se propose de demeurer en France pendant plus de deux mois est tenu de solliciter une carte d'identité. Celle-ci est valable deux ans. En fait, la plupart des touristes échappent à cette formalité, car il est assez rare que leur séjour dépasse deux mois. Pour éviter toute contestation à ce sujet, l'étranger doit faire mentionner sur son passeport la date de son entrée en France.

La délivrance ou le renouvellement de la carte d'identité donne lieu au paiement d'une redevance de 100 francs sans décimes dans tous les cas où il y a lieu à application du plein tarif; de 20 francs sans décimes quand il y a lieu à application du tarif réduit.

Les demandes de carte d'identité doivent être déposées à la mairie de la commune où se trouvent les intéressés ou dans les commissariats de police; toutefois, les touristes étrangers sont admis à déposer leur demande entre les mains de la personne qui les reçoit (hôtelier, logeur, amis...), à condition que celle-ci ait été habilitée par les autorités préfectorales à la réception de ces demandes.

En raison de tristes circonstances (assassinat du Président de la République), il a paru nécessaire de renforcer le contrôle des voyageurs étrangers en France.

Rappelons, en ce qui concerne les hôteliers, que l'article 43 du décret du 10 juillet 1929 leur fait obligation de signaler dans les vingt-quatre heures, au commissariat de police, la présence des étrangers habitant leur établisse-

ment. Désormais, cette déclaration doit comprendre le lieu, la date et le numéro de délivrance du passeport ou de la carte d'identité présentés par l'étranger. Si celui-ci n'en possède pas, il y a lieu de le spécifier et de signaler d'urgence ce fait à la préfecture de police. D'autre part, le visiteur étranger qui a négligé de se conformer à la réglementation en vigueur et qui est trouvé en situation irrégulière, ou qui, après enquête, ne paraît pas offrir les garanties désirables, peut se voir refuser ou même retirer la carte d'identité. Dans ces différents cas, il est passible d'expulsion. (Décret du 21 mai 1932.)

§ 3. — LE TITRE DOUANIER.

Les touristes étrangers voyageant en automobile peuvent se faire délivrer à l'avance, par les grandes associations de tourisme accréditées auprès de l'administration des douanes françaises, un titre douanier : le triptyque ou le carnet de passage en douane.

Ces pièces dispensent leurs titulaires de lever, au bureau des douanes d'entrée, un titre d'importation temporaire (acquit-à-caution ou reconnaissance de consignation) et d'y déposer les cautionnements y afférents.

L'acquit-à-caution est un acte par lequel l'automobiliste s'engage, au bureau des douanes d'entrée, à réexporter sa voiture dans le délai d'un an. Cet engagement doit être cautionné par une personne solvable, domiciliée dans la localité où est situé le bureau des douanes et agréée par le receveur de ce bureau.

Sous le régime de la consignation, le voyageur dépose une provision en espèces, garantissant les droits et les taxes de douane éventuellement exigibles sur son auto-

mobile. Le dépôt, constaté par un reçu, dit reconnaissance de consignation, qui tient lieu de titre d'importation, est remboursé, au bureau de sortie, sur justification de la réexportation de la voiture.

Tous les documents douaniers donnent ouverture au paiement des taxes accessoires suivantes, à l'entrée et à la sortie : droits de statistique, droit de permis, droit de timbre.

En outre, les acquits-à-caution sont passibles d'un droit de timbre fixe et les reconnaissances de consignation d'un droit de timbre proportionnel au montant de la quittance.

§ 4. — PERMIS DE CIRCULATION.

Jusqu'à une date récente, l'automobiliste étranger devait se faire délivrer, par la douane française un permis de circulation spécial, valable pour le nombre de jours indiqué et contre paiement d'une taxe uniforme de 10 francs par jour. Une convention vient heureusement d'être conclue à ce sujet entre la France et la Belgique.

Elle fixe les conditions dans lesquelles les ressortissants de l'un des deux pays peuvent faire circuler dans l'autre leurs véhicules automobiles en franchise de taxe de circulation. Aujourd'hui, tous les véhicules de tourisme immatriculés et imposés, soit en France, soit en Belgique, peuvent librement circuler dans l'un ou l'autre pays, chaque année, pendant une période de 90 jours, en une ou plusieurs fois, sur présentation d'un carnet fiscal de la somme de 10 francs, qui ne peut être renouvelé pendant l'année en cours. Cette mesure devrait être étendue à tous les pays voisins.

§ 5. — PERMIS DE CONDUIRE.

Le touriste étranger ne peut, d'autre part, circuler en automobile dans notre pays que s'il possède le permis international de conduire ou le permis de conduire français. Ce dernier lui est délivré par les autorités administratives chargées de la police de la route ou par les associations automobiles. A la demande de M. G. Gérard, la Commission centrale des automobiles et de la circulation générale a décidé que les touristes américains obtiendraient désormais leur permis de conduire français sans passer d'examen, sur la simple présentation de leur permis national, ou sur une attestation de leur pays d'origine confirmant leur capacité de conduire.

CHAPITRE II

LES PRIX

Durant son séjour, le touriste étranger achètera des articles et des produits français, s'il a la certitude que les prix sont raisonnables et qu'ils sont établis objectivement, abstraction faite de la nationalité de l'acheteur. S'il a, au contraire, le sentiment qu'on l'exploite, peut-être s'en ira-t-il sans avoir acheté, peut-être prendra-t-il la décision de ne plus revenir en France.

Aussi, dans les grands magasins de nouveautés, dans la mode, dans la haute couture, les prix, pour éviter tout soupçon, sont-ils marqués d'avance, en chiffres, sur les articles eux-mêmes. A première vue, ils peuvent peut-être paraître élevés. Ils ne le sont pas, si on fait entrer en ligne de compte, non seulement la matière première et la main-d'œuvre de l'ouvrière, mais aussi la rémunération extrêmement élevée des premières et modellistes spécialisées. Dans les autres commerces de luxe, joaillerie, bijouterie, les mêmes garanties offrent les mêmes preuves de l'inexistence d'un double prix.

Non seulement les touristes étrangers ne sont pas exploités en France, mais encore ils bénéficient parfois d'un

traitement de faveur par rapport à l'acheteur français. La taxe perçue au profit de l'Etat à l'occasion de la vente d'un objet de luxe n'est pas, en effet, exigible quand il s'agit d'un article vendu à l'exportation. L'Américain qui achètera en France un objet de luxe et déclarera vouloir l'emporter dans son pays obtiendra immédiatement un rabais de 12 ou de 6 p. 100, suivant les cas, sur le prix marqué. Le Français acquéreur du même objet ne pourra échapper à la taxe.

Quant à l'élévation des prix dans les hôtels, elle est en grande partie imputable aux charges fiscales excessives imposées à l'hôtellerie au cours de ces dernières années. Et le seul fait que l'hôtelier français se montre rebelle à incorporer dans le prix de la chambre ou du repas les taxes qu'il est obligé de percevoir pour le compte de la commune ou de l'Etat, semblerait indiquer qu'il n'a pas voulu profiter de cette perception pour faire subir à ses tarifs une majoration qui aurait pu passer inaperçue. S'ils ont subi une augmentation depuis la guerre, en raison de la dévaluation de notre monnaie et de la progression des prix de revient, ils ne se sont pas toutefois élevés dans la même proportion que les charges d'exploitation. L'étude à laquelle s'est livré M. Gautier le fait ressortir nettement :

Le prix des coupons délivrés par une de nos grandes agences de voyage en paiement de trois repas et de la chambre s'élevait avant guerre :

dans des hôtels modestes à **9 fr. 25**;

dans des hôtels moyens à **13 francs**;

dans des hôtels de premier ordre (catégorie fiscale de luxe et demi-luxe), à **20 francs**.

Le prix de la pension complète dans les établissements du même genre atteint aujourd'hui, en pleine saison :

pour la première catégorie, **60 francs** ;

pour la deuxième catégorie, **80 francs**. Ce chiffre est le tarif officiel, mais il est fort probable que, pendant la morte-saison, les clients sont acceptés à **70 francs** ;

pour la troisième, à **120 francs**. Ce dernier prix est sensiblement inférieur quand il s'agit d'hôtels de province.

On obtient ainsi les indices de **648, 615, 600**, par rapport à **100** avant guerre. (On voit que, contrairement à l'opinion courante, ce sont les hôtels modestes qui ont le plus augmenté leurs prix, alors qu'ils sont le moins frappés par la fiscalité actuelle.) Pendant la même période de temps, l'indice des prix de revient dans les établissements de la première catégorie (amortissement non compris) ressortirait à **710 p. 100** au minimum.

Ajoutons que le Haut-Commissariat, dès son entrée en fonctions, s'est préoccupé de garantir aux touristes des prix raisonnables dans tous les hôtels. A cet effet, il a chargé l'Office national du tourisme de faire connaître, le plus tôt possible, sa brochure, *Le Prix des hôtels en France*, qui, en 1930, a été tirée à 200.000 exemplaires. Les hôteliers français y ont établi, en toute liberté, leurs prix minima et maxima, et en échange de l'insertion absolument gratuite, ils ont pris l'engagement de ne pas dépasser pendant l'année entière les prix maxima, sous peine de voir leurs noms supprimés dans les éditions ultérieures de cet ouvrage, ou dans les brochures similaires éditées par les sociétés de tourisme. S'il se produisait des

dépassements, ceux-ci devraient être immédiatement signalés à l'O. N. T. avec les justifications indispensables. L'affichage des prix dans les hôtels peut, d'autre part, être rendu obligatoire par les autorités locales, dans les conditions du droit commun. Quant à la taxe de *service*, elle n'est pas strictement obligatoire et son application ne peut résulter que de l'accord implicite des parties. Mais il a été vivement recommandé aux hôteliers de ne pas la fixer à un taux supérieur à 10 p. 100 consacré par l'usage dans la plupart des pays du monde.

CHAPITRE III

LES TAXES

Depuis quelques années, les touristes étrangers s'élèvent amèrement contre la multitude de taxes qui les harcèlent au cours de leur voyage en France. La façon dont le plus souvent elles sont perçues, en supplément du prix convenu, éveille en eux la méfiance. Ils oublient, ou ce qui est plus vraisemblable ignorent, que cette fiscalité abusive s'applique également aux touristes français. Dépaysés dans notre pays, où ils viennent peut-être pour la première fois, ne connaissant pas toujours très bien la langue française et habitués le plus souvent à un système fiscal plus simple que le nôtre, ils sont tout naturellement portés à croire qu'on les exploite ou, tout au moins, qu'on les fait participer à des charges nationales qui ne leur incombent pas.

De toutes les impositions qui frappent le tourisme dans notre pays, la taxe de séjour est, malgré ses tarifs disparates, qui varient selon les localités et le classement des hôtels, la seule qui soit acceptée sans trop de contrainte par les touristes étrangers. Affectée, aux termes de la loi, à des travaux d'assainissement et d'embellissement des stations, elle trouve ainsi sa justification dans l'emploi des fonds qu'elle procure ⁽¹⁾. Les plus vives critiques sont

(1) On ne peut en dire autant de la taxe de séjour perçue à Paris sous l'euphémisme de « taxe sur les locaux meublés ». Créée le 15 janvier 1926, elle a été supprimée à l'occasion de l'ouverture de l'Exposition coloniale de Paris. Elle n'existait dans aucune autre capitale du monde.

adressées, au contraire, à la taxe d'embarquement et de débarquement, à l'impôt sur les transports de voyageurs et à la taxe de luxe. On leur reproche non sans raison d'être « antitouristiques » et partant « antiéconomiques ». Par le fâcheux état d'esprit qu'elles permettent d'entretenir, elles font perdre en effet à l'économie nationale beaucoup plus qu'elles ne rapportent au trésor.

§ 1. — TAXE D'EMBARQUEMENT ET DE DÉBARQUEMENT.

Pour alimenter la Caisse des Invalides de la Marine, qui normalement aurait dû relever du budget, la loi de finances du 27 décembre 1927 avait institué, sur la proposition de M. Tasso, une taxe spéciale, dite « taxe d'embarquement et de débarquement ».

Tout passager embarquant ou débarquant dans un port français était assujéti, en vertu de l'article 57, au paiement d'une taxe de quotité variable suivant la classe et le lieu du trafic. Bien qu'elle fût peu élevée par rapport au prix des passages transatlantiques ⁽²⁾, elle n'en était pas moins inopportune, car c'est au moment où nous commençons à rencontrer des difficultés au point de vue touristique qu'elle avait été établie.

D'ailleurs, elle n'était point spéciale à notre pays. Dans certains ports étrangers, à Belfast, Liverpool, Plymouth, Southampton, des taxes sur les passagers existent actuellement; à New-York, en particulier, ceux-ci doivent acquitter, en sus des droits ordinaires de navigation, la « War-

(2) Son taux était le suivant :

1^{re} classe avec appartement de luxe, 40 dollars;

1^{re} classe simple, 7 dollars;

2^e classe, 4 dollars;

3^e classe, 2 dollars.

Stamp tax » de cinq dollars, sans préjudice de la taxe de huit dollars s'ils séjournent plus de trois mois aux Etats-Unis. Mais la taxe d'embarquement est inconnue en Allemagne, en Italie, en Belgique, en Espagne.

Son rendement, évalué à une vingtaine de millions, était loin de compenser les pertes qu'elle occasionnait à l'économie nationale, car en se superposant aux droits de quai et aux péages locaux, elle avait pour résultat de détourner les passagers étrangers des ports français et les touristes de la France. De nombreux voyageurs américains, déjà indisposés par les tarifs onéreux des passeports entre la France et les Etats-Unis (alors que les frais de visa avaient été sensiblement réduits entre les Etats-Unis, l'Allemagne, la Hollande et l'Espagne), n'hésitaient pas à débarquer à Hambourg, ou Anvers, au détriment de Cherbourg ou du Havre. La dépense résultant de ce changement d'itinéraire était le plus souvent inférieure au montant de la taxe.

Aussi le Comité d'action économique et douanière, l'Union des chambres de commerce maritimes et des ports français, les agences de tourisme à l'étranger et la grande presse ont-ils demandé à l'unanimité la suppression de cette taxe, qui, par ailleurs, portait atteinte au principe de l'unité budgétaire et de la non-spécialisation des recettes. Leurs vœux ont été exaucés par la loi de finances du 16 avril 1930.

Depuis cette date, la taxe d'embarquement a cessé d'être perçue dans les ports français; aucune taxe nouvelle ne l'a remplacée, aucune taxe existante n'a été majorée. Cependant, les journaux étrangers ont insinué volontiers que, sous la dénomination nouvelle de « droits de quai », les autorités françaises continuaient en fait à la percevoir.

C'est pourquoi, si on ne peut actuellement supprimer ces derniers, aujourd'hui indispensables à l'entretien et à l'amélioration des ports et de leur outillage (ce qui éviterait toute confusion), tout au moins, conviendrait-il de les ramener pour les voyageurs au long cours au taux fixé pour les voyageurs venant des pays voisins.

§ 2. — IMPÔTS SUR LES TRANSPORTS.

L'impôt sur les transports voyageurs en chemin de fer, qui s'élevait à 12 p. 100 en 1913, fut porté, en 1926, aux taux exorbitants de 32 1/2 p. 100 aux places ordinaires et de 65 p. 100 pour les suppléments des places de luxe ⁽³⁾, si bien que son rendement actuel représente vingt-trois fois et demie celui d'avant guerre ⁽⁴⁾. Même en tenant compte de la dévaluation monétaire, cette augmentation est prodigieuse. Aussi, dès la mise en vigueur de la loi du 2 août 1926, la clientèle française renonçait-elle aux places de luxe, suivie peu après dans cette voie, lors de la stabilisation du franc, par les voyageurs étrangers ⁽⁵⁾. Les autres pays plus circonspects se sont bien gardés d'aller si loin. L'Allemagne se contente d'un impôt sur les transports allant de 12 à 16 p. 100 selon les classes de voyageurs, et encore sert-il en majeure partie à acquitter les réparations dues aux Etats vainqueurs. Ce même impôt ne dépasse pas 25 p. 100 en Espagne, 5 p. 100 en Angleterre, et nous devons envier la Belgique, où il atteint seulement 2 p. 100. Quant au Danemark, à la Hollande, Norvège, Suisse, Polo-

(3) A la même époque fut établi un impôt de 5 à 10 p. 100 sur les marchandises.

(4) Avant-guerre, 83 millions; en 1930, 1.900 millions.

(5) La moyenne de l'occupation des wagons-lits en France (7 places sur 16) serait inférieure à la moyenne relevée dans les autres pays d'Europe, qui reçoivent pourtant moins de visiteurs étrangers.

gne, Suède, ce sont d'heureux pays où les voyageurs et les marchandises ne sont point taxés.

Le Parlement n'a pris jusqu'ici que des mesures fragmentaires tout à fait insuffisantes. La loi du 29 décembre 1929 exonère les transports de fruits frais, d'engrais, de céréales panifiables, mais laisse subsister sur les voyageurs les taux excessifs que nous venons de citer. D'autre part, si la crise économique jointe à l'insuffisance des tarifs-voyageurs sont les causes essentielles du déficit actuel des chemins de fer français, l'impôt sur les transports n'y est pas non plus étranger ⁽⁶⁾. Son maintien aux taux actuels fait, en outre, obstacle à l'augmentation des tarifs, réclamée en vain par les réseaux comme une des mesures urgentes, susceptibles de mettre un terme à la crise financière ⁽⁷⁾. La solution préconisée en 1931 par le Conseil supérieur des chemins de fer, sur les instances de M. Laval — ajustement des tarifs voyageurs actuellement par rapport à 1914 au coefficient 4,2 au coefficient 5, compensé par une réduction non pas correspondante, mais plus importante de l'impôt sur les transports-voyageurs de 32,5 à 12 p. 100 comme avant-guerre, —* devrait, semble-t-il, recueillir l'assentiment des pouvoirs publics. Elle assurerait aux réseaux un bon équilibre financier et favoriserait en même temps l'essor du trafic touristique.

§ 3. — TAXE DE LUXE.

En vertu de la loi du 25 juin 1920, qui a maintenu la taxe de luxe créée pendant la guerre, les ventes au détail ou à la consommation d'objets classés comme étant de

(6) Pour l'ensemble des réseaux, il atteint, en 1930, 1.900 millions. Le déficit d'exploitation s'élève de son côté à 1.293.900.098 francs.

(7) V. Ch. Transports, 10 décembre 1931, et 10 janvier 1932.

luxes étaient frappées d'un impôt de 12 p. 100. Le taux était fixé à 13 et 4 p. 100 pour les dépenses de logement et de consommation sur place d'aliments et de boissons, effectuées dans des établissements classés par la loi comme établissements de luxe et de demi-luxe. La loi du 4 avril 1926 (art. 30) et le décret du 5 décembre 1926 avaient aggravé cette fiscalité déjà lourde en frappant d'un timbre-taxa supplémentaire les notes de repas à partir de vingt francs.

On peut adresser à la taxe de luxe à peu près les mêmes griefs qu'à la taxe d'embarquement. Les étrangers, qui échappaient le plus souvent à la taxe de 12 p. 100 sur les objets de luxe, n'ont cessé, par contre, de protester contre les taux de 13 et 4 p. 100 perçus dans les établissements qualifiés « de luxe ». Aussi les conseillers du commerce extérieur, la Chambre nationale de l'hôtellerie française, le Syndicat général de l'industrie hôtelière de Paris, ont-ils demandé sa suppression à chaque discussion budgétaire.

C'est la taxe de luxe sur les objets, pourtant moins dangereuse au point de vue touristique que celle des établissements classés, qui, la première, a retenu l'attention du législateur.

Rappelons que sont classés comme étant de luxe les marchandises, denrées, fournitures ou objets quelconques énumérés dans les tableaux dits A et B (D. du 28 déc. 1926, portant codification de la législation en matière d'impôt sur le chiffre d'affaires).

Au tableau A, sont inscrits les objets de luxe par nature (eaux-de-vie, montres en or, perles fines, pierres précieuses). Au tableau B, figurent les objets considérés comme objets de luxe dès que leur prix de vente excède certains prix-limite.

Depuis la loi du 29 décembre 1929 (art. 20, 1^{er} al.), la taxe de luxe a été ramenée de 12 à 6 p. 100 pour tous les objets rentrant dans le tableau B; les objets de luxe par nature sont restés frappés d'un impôt de 12 p. 100, mais le Gouvernement s'est engagé à « user très libéralement de ses pouvoirs réglementaires pour le classement des produits dans telle ou telle catégorie ».

L'amendement présenté par M. Baréty, qui abaissait à 10 et 3 p. 100 la taxe de luxe des établissements classés, adopté quelque temps auparavant par la Commission des finances, ne fut pas retenu dans la loi nouvelle, qui laissait ainsi complètement à l'écart l'industrie hôtelière. Si bien qu'on aboutissait à cette situation paradoxale : les objets de prix ne payaient qu'un intérêt minime, par contre le pain et les denrées de première nécessité, consommés dans des établissements de luxe ou de demi-luxe, demeuraient très lourdement frappés.

Le projet de budget pour l'exercice 1930-1931 ne prévoyait pas davantage la suppression ou du moins la réduction de la taxe de luxe sur les établissements classés. L'exposé des motifs, tout en reconnaissant l'utilité que présenterait un dégrèvement dans l'intérêt du tourisme, spécifiait « que l'élévation des prix-limite, institués par la Commission supérieure des établissements classés, est telle que la situation de ces établissements ne paraît réclamer aucun allégement ». La Chambre nationale de l'hôtellerie française et le Syndicat général de l'industrie hôtelière de Paris demandèrent alors aussitôt que l'hôtellerie fût associée aux mesures de dégrèvements envisagées : la Commission supérieure de classement des hôtels et restaurants, siégeant au ministère des Finances, aurait, dit-on, modifié le barème des prix moyens dont elle se

servait pour classer les établissements soumis à sa juridiction, de telle sorte qu'un grand nombre d'entre eux se trouveraient dégrévés de la taxe de luxe. Or, rien n'est plus faux. La Commission supérieure n'est, en effet, qu'une juridiction administrative, chargée de réviser en appel le classement des établissements opéré par les commissions du premier degré. Autrement dit, elle a été instituée pour faire appliquer la loi sur la taxe de luxe, mais elle n'a aucun pouvoir pour modifier cette loi ou pour la supprimer. Lors de la dépréciation du franc, la Commission a pu seulement déterminer d'une façon approximative, empirique, le prix moyen pratiqué dans les établissements et servant de base au classement. Avec la stabilisation, cédant aux instances des chambres de commerce et des représentants des établissements, elle a pu comparer sans risques d'erreur les prix moyens pratiqués dans les établissements avant 1914 aux prix actuels, et établir ainsi un barème en accord avec les nouvelles conditions économiques. En agissant ainsi, la Commission supérieure a voulu simplement appliquer la loi avec plus de justice, sans chercher le moins du monde à opérer des dégrèvements, qui sont du domaine du pouvoir législatif seul.

D'autre part, c'est le même article 63 de la loi du 23 juin 1920 qui a institué pour des raisons identiques la taxe de luxe sur les objets et sur les établissements classés. Il est donc tout à fait illogique d'en abaisser le taux au profit de certains commerçants et de le maintenir par ailleurs dans son intégralité, au détriment d'autres branches très importantes de l'activité économique. Tous les arguments qui s'imposent pour la suppression de la taxe de luxe sur les objets s'appliquent plus impérieusement encore à la

suppression de la taxe de luxe sur les établissements classés. Tant que cette taxe existera, en raison de la lourde charge qu'elle constitue pour eux, les hôtels et les restaurants seront dans l'impossibilité de faire le moindre effort pécuniaire en faveur de la propagande touristique. Celle-ci, d'ailleurs, ne portera aucun fruit à l'étranger, tant qu'on ne pourra pas annoncer à tous nos visiteurs éventuels que la taxe de luxe, sous ses deux formes, a disparu de France.

A la suite de ces démarches, les lois des 16 et 26 avril 1930 ont accordé à l'industrie hôtelière quelques dégrèvements. La loi de finances du 16 avril 1930 (art. 51) a abrogé l'article 30 de la loi du 4 avril 1926, supprimant ainsi le timbre-taxé sur les notes de restaurants et abaissé la taxe de luxe des établissements classés de 13 et 4 p. 100 à 10 et 3 p. 100 (art. 50) pour les hôtels affichant leurs prix.

La loi des dégrèvements du 26 avril de la même année a fixé les taux à 6 et 3 p. 100 sous la double condition de l'affichage des prix et de l'incorporation de la taxe de luxe dans les prix. Cette loi n'ayant point abrogé la précédente, il résulte de leur combinaison que la taxe de luxe s'applique aujourd'hui de la façon suivante :

Pour les établissements classés en première et deuxième catégories :

n'affichant pas leurs prix et n'incorporant pas la taxe, le taux de celle-ci reste fixé à 13 et 4 p. 100;

affichant sans incorporer, 10 et 3 p. 100;

Affichant et incorporant, 6 et 3 p. 100.

Deux circulaires successives émanant de la Direction générale des Contributions indirectes ont accordé par

faveur les taux de 6 et 3 p. 100 à tous les établissements classés, à la seule condition de l'affichage des prix. Cette faculté, qui devait prendre fin à la date du 1^{er} avril 1934, a été reconnue par la suite aux hôteliers, sans fixation de délai, jusqu'à ce que la question ait fait l'objet d'un nouvel examen.

Pour donner satisfaction à la clientèle étrangère, il serait sans nul doute préférable de voir l'hôtelier incorporer la taxe de luxe dans ses prix. Celle-ci venant après coup, sans avoir été annoncée, prend un caractère insidieux et risque de provoquer quelque soupçon. A l'heure actuelle, si peu d'hôteliers présentent à leur clientèle un chiffre global à payer toutes taxes comprises, c'est que cette nouvelle manière préconisée les exposerait, au cas où leur comptabilité ne serait pas tenue avec un soin rigoureux, à payer les impôts inhérents à toute exploitation commerciale sur les taxes fiscales qu'ils auraient perçues. Aussi, pour concilier les deux intérêts en présence, les pouvoirs publics doivent-ils supprimer au plus vite la classification des hôtels en première, deuxième et troisième catégories et appliquer indifféremment à tous la taxe de 2 p. 100 sur le chiffre d'affaires (amendement Ruckart). Le touriste étranger aurait ainsi la satisfaction d'acquitter sa note selon le tarif fixé à l'avance, sans augmentation aucune.

*
**

En résumé, au cours de ces dernières années, les pouvoirs publics sont heureusement entrés dans la voie des réformes. Sans doute, les atténuations déjà apportées ont été très appréciées, mais elles sont encore insuffisantes pour remédier à la crise dont nous souffrons.

Pour rendre pleine confiance à nos visiteurs de jadis, il

ne faut point se contenter, en effet, de supprimer « quelques-unes » des mesures qui les indisposent contre nous, il faut persévérer, abolir peu à peu « toutes » ces taxes abusives, simplifier « toutes » ces formalités administratives, dont la répétition détermine chez le touriste la résolution de ne plus revenir.

Le jour où nous pourrons dire bien haut, tant par la voie de la presse française que par les organes étrangers, que tous les obstacles dressés maladroitement par le fisc français ont disparu à jamais de notre pays, la France « réapparaîtra aux yeux du monde avec son vrai visage de nation aimable et accueillante ». Ce jour-là seulement, il nous sera permis d'appeler et de saluer en ces termes, sur la terre de France, nos visiteurs éventuels : « Hôtes de France, soyez les bienvenus. Notre pays se fait fête de vous recevoir, et vous trouverez dans nos villes comme dans nos campagnes un cordial accueil, qui vous rendra plus agréable encore le voyage au milieu des beautés si variées de nos diverses régions. Ne vous bornez pas à traverser la France. Elle vaut mieux qu'un rapide passage. Si vous voulez goûter le pittoresque de ses beautés naturelles, le charme de ses climats, la variété de ses coutumes et de ses traditions et, ce qui n'est pas négligeable, les savoureuses qualités de ses cuisines régionales, séjournez autant que vous le pourrez, au hasard de vos tournées, dans nos villes, nos centres de tourisme et nos stations thermales.

» Pénétrer dans notre pays, c'est sentir battre de plus près le cœur de la France. » (8).

(8) L. Auscher, *Bienvenue en France*.

CONCLUSION

Le développement du tourisme en France est à la fois l'œuvre de l'initiative privée et des pouvoirs publics.

Depuis la création du Haut-Commissariat au tourisme, l'Etat dirige et coordonne les efforts de toutes les formes d'activité se rapportant à cette industrie. Auparavant, son intervention s'était manifestée par la reconnaissance d'utilité publique de nos grandes associations nationales, la création de l'Office national du tourisme, l'élaboration des mesures législatives tendant à conserver et embellir notre patrimoine touristique et à favoriser l'équipement hôtelier du pays, enfin par l'attribution de subventions diverses.

Dans le domaine qui nous occupe, l'initiative privée a bien des fois précédé et déterminé l'action des pouvoirs publics.

Les noms du Touring-Club de France, du Club alpin et de l'Automobile-Club de France resteront attachés à l'œuvre d'aménagement général du pays. Ce sont eux qui ont pourvu à l'équipement touristique de nos routes dont quelques-unes, routes des Alpes et des Pyrénées, routes

des Cévennes, des Vosges et des Lacs landais, route automobile du Puy-de-Dôme ont été construites sur leur initiative et avec leur concours financier; qui ont ouvert aux touristes l'accès de nos montagnes et qui, par leurs énergiques démarches auprès des pouvoirs publics, ont largement contribué à la protection des forêts et au reboisement. A la faveur de la loi du 21 avril 1906, que de torrents de montagnes eussent été asséchés, de beaux arbres inutilement abattus ou mutilés, de hideuses constructions élevées au milieu de sites pittoresques, si le Comité des sites et monuments du T. C. F., secondé par ses comités locaux, n'avait, à maintes reprises, dénoncé aux pouvoirs publics « les beaux sites de France en péril ». La loi du 2 mai 1930, qui assure aujourd'hui la défense de notre patrimoine de beautés, est directement issue de ses travaux. La campagne entreprise par cette vaillante association en faveur de la modernisation des installations hôtelières a été, d'autre part, officiellement consacrée par la création du Crédit national hôtelier.

Dans le domaine de l'aménagement local, c'est encore l'initiative privée qui a montré la voie aux pouvoirs publics. Dès 1905, le Congrès international du tourisme décidait de créer de toutes pièces, à Saint-Pierre-de-Chartreuse, un centre de tourisme type. Cette petite localité dont l'altitude moyenne à proximité de cimes élevées, l'air vivifiant dû à la présence d'innombrables forêts de sapins et les facilités de communication entre la Savoie et le Dauphiné faisaient un admirable centre de séjour, recevait rarement des visiteurs, car le confort intérieur et extérieur y faisait complètement défaut. De 1905 à 1913, le Comité local a consacré toutes ses disponibilités budgétaires à l'aménagement progressif de la station, et plusieurs an-

nées avant le législateur, il a créé sous le nom de taxe d'embellissement une véritable taxe de séjour. Les résultats remarquables obtenus déjà avant la guerre par les Syndicats d'initiative de Grenoble et du Dauphiné, du Vivarais, de Carcassonne et de l'Aude, de Lyon, de Cauterets... mériteraient, d'autre part, de longs développements. En affectant la majeure partie de leurs ressources à l'amélioration des conditions d'accès et de séjour de leur zone d'action, ces groupements ont été, bien avant la loi du 24 septembre 1919, les artisans du développement touristique du pays.

Pour éviter que notre outillage touristique aujourd'hui parfaitement adapté aux besoins ne leur devienne rapidement supérieur, pour conserver et si possible accroître le mouvement des visiteurs étrangers dans notre pays, l'activité privée et l'Etat doivent s'unir désormais en une sage politique du tourisme.

Tous deux devront concourir chaque jour davantage à la constitution d'un important budget de propagande et chaque geste, chaque attitude, chaque mesure législative devra s'inspirer de cette idée que l'hôte étranger est un facteur de prospérité locale, régionale, nationale.

Le tourisme exige à l'avenir cette action collective, non seulement en raison de sa grande importance économique, mais encore de sa haute portée intellectuelle et morale. N'oublions point que le rayonnement et le prestige d'un peuple sont fonction du nombre et de la qualité des étrangers qu'il accueille sur son sol. Où peut-on, en effet, mieux apprendre la langue, le génie, le passé de notre pays, où peut-on mieux apprécier la sincérité de notre parole et notre horreur des conflits internationaux, si ce n'est en France même ?

En permettant à des hommes de nationalités différentes d'échanger des idées, de partager des sentiments, en un mot de se connaître et de s'estimer, le tourisme semble devoir aujourd'hui, mieux que n'importe quelle convention diplomatique, contribuer efficacement au rapprochement des peuples.

VU : *Le Doyen,*
FERRON.

VU, BON A IMPRIMER .
Le Président,
ANDRÉ MOUNIER.

VU ET PERMIS D'IMPRIMER :
Bordeaux, le 17 décembre 1932.
Le Recteur de l'Académie,
A. TERRACHER.

Qu'il nous soit permis d'exprimer ici notre vive gratitude à M. J. Maxwell, procureur général honoraire près la Cour d'Appel, président du Syndicat d'initiative de Bordeaux; à M. Ratton, directeur de l'Agence régionale de l'Office national du commerce extérieur; à M. Désaubliaux, chef du Service de Contentieux des Groupements de tourisme; à MM. les Attachés commerciaux près l'Ambassade de France à Rome et à Berne; au Bureau national de renseignements de tourisme, au Touring-Club, Club-Alpin et Automobile-Club de France, à la Fédération des Syndicats d'initiative Guyenne et Gascogne-Côte d'Argent, au Bureau de port de Bordeaux, qui ont bien voulu nous aider dans notre tâche en nous communiquant d'utiles renseignements.

BIBLIOGRAPHIE

RAPPORTS.

AUSCHER (L.). — L'importance économique du tourisme. Conseil national économique, juill. 1927.

BORREL (A.). — Il faut à la France un budget de publicité. Conseil supérieur du tourisme, déc. 1928.

DELAMARCHE (L.). — Le crédit hôtelier. Conseil supérieur du tourisme, 11 déc. 1925.

— Le crédit national hôtelier et la technique du prêt hôtelier. *Bulletin du Crédit populaire*, sept.-oct. 1928.

Rapports Office national du tourisme. — *J. off.*, 1931, p. 39; *J. off.*, 17 déc. 1927.

Documents parlementaires. — Chambre, 1929, n^{os} 2480, 1235, 2479; Chambre, 1930, n^{os} 2885, 3013; Chambre, 1931, n^{os} 4296; Sénat, 1906, n^{os} 87.

PÉRIODIQUES.

Revue d'économie politique.

Revue des Deux-Mondes.

Etat moderne.

Revue du Touring-Club de France.

Revue du Club alpin de France. — La Montagne, n^o 174, juill.-sept. 1924, *Mémorial du Cinquantenaire du Club alpin français.*

Bulletin officiel du Syndicat général de l'Industrie hôtelière de Paris.

Bulletin officiel de l'Union des fédérations des syndicats d'initiative.

Bulletin de la Statistique générale de la France.

Bulletin quotidien.

Le Journal officiel.

L'Animateur des temps nouveaux. — En particulier le numéro du
13 mai 1931 intitulé : *A la gloire du tourisme français.*

Chronique des transports.

Le Monde thermal.

La Journée industrielle.

Paris-Presse.

ALLIX et LECERCLÉ. — La taxe sur le chiffre d'affaires. Paris, Rousseau, 1927.

ASTIÉ. — La protection des paysages. Loi du 21-24 avril 1906. Thèse
Lyon, 1912.

AUSCHER et ROZET. — Urbanisme et tourisme. Ed. Ernest Leroux, Paris,
1920.

AUSCHER (L.). — Comment on crée un centre de tourisme. Publ. du
Touring-Club de France, juillet 1914.

— Bienvenue en France. [Broch.] éditée par l'Union nationale des
Associations de tourisme, 31 mai 1930.

BONNARD (L.). — Le voyage en France à travers les siècles. Touring-
Club de France, 1927.

— Le Touring-Club de France et son œuvre. [Plaquette] publ. par
le Touring-Club de France.

CROS-MAYREVIELLE. — La protection des monuments historiques ou
artistiques des sites et des paysages. Thèse Paris, 1907.

GAUTIER. — L'hôtellerie. Thèse Paris, 1931.

GERMINET. — Le warran hôtelier. Thèse Paris, 1930.

GRENET. — L'électrification des réseaux de chemins de fer français.
Thèse Paris, 1926.

LOUWET (Ch.). — Le manuel de l'automobiliste étranger voyageant en
France. [Broch.]. Edit. Fiscado, 1931.

MAROT (G.). — La loi du 14 mars 1919 et les plans d'aménagement
d'extension et d'embellissement des villes. Thèse Poitiers,
1923.

TOUZÉ (E.). — La loi du 14 mars 1919 sur les plans d'aménagement,
d'embellissement et d'extension des villes. Thèse Nantes,
1924.

- VERDIER (P.). — La protection des monuments historiques [broch.].
Bibliothèque Touring-Club de France, 1926.
- VERNHETTE (G.). — La protection des monuments historiques et des
objets d'art en France et en Italie. Thèse Montpellier, 1930.
- L'Essor du commerce français sur les marchés extérieurs.* — Compte
rendu du IV^e Congrès national du Comité national des Con-
seillers du commerce extérieur de la France. Nice, 4-8 janv.
1928.
- Le Tourisme et l'industrie hôtelière suisse.* — Edité par l'Union des
langues suisses [br.] 1928.
- Vers la plus grande France.* — Compte rendu des travaux du V^e Con-
grès national du Comité national des Conseillers du com-
merce extérieur de la France. Alger, paquebot *France*,
9-17 mai 1930.
-

TABLE DES MATIERES

	Pages
INTRODUCTION. — <i>L'importance économique du tourisme</i>	3
CHAPITRE PRÉLIMINAIRE. — <i>Organisation générale du tourisme français</i>	46

PREMIERE PARTIE

La sauvegarde et l'aménagement du patrimoine touristique.

CHAPITRE PREMIER. — <i>La protection des monuments historiques ou artistiques, des monuments naturels et des sites</i>	28
CHAPITRE II. — <i>L'extension et l'embellissement des villes</i>	38
CHAPITRE III. — <i>L'aménagement touristique des stations</i>	47

DEUXIEME PARTIE

Le perfectionnement de l'outillage touristique.

TITRE PREMIER. — *Les moyens de transport.*

CHAPITRE PREMIER. — <i>Les chemins de fer</i>	59
<i>Section I. — L'électrification</i>	61
<i>Section II. — L'accélération de la vitesse</i>	64
<i>Section III. — Les tarifs-voyageurs</i>	66
CHAPITRE II. — <i>L'automobile et la route</i>	69
<i>Section I. — Autorails et services d'autocars de tourisme</i> ..	69
<i>Section II. — La route</i>	74
A. — <i>L'entretien de la route</i>	75
B. — <i>Adaptation de la route au tourisme automobile</i> ..	83

TITRE II. — *L'hôtel.*

CHAPITRE PREMIER. — <i>Le développement et l'amélioration de l'hôtellerie française</i>	92
CHAPITRE II. — <i>La capacité réceptive de l'hôtellerie française et étrangère</i>	98
CHAPITRE III. — <i>Le crédit à l'hôtellerie</i>	101
<i>Section I. — Le warrant hôtelier</i>	101
<i>Section II. — Le crédit national hôtelier</i>	108
§ 1. — <i>Le département bancaire et de crédit à court terme</i>	109

	Pages
§ 2. — Le département du long terme	111
A. — Généralités	111
B. — La technique du prêt hôtelier	113
 TROISIEME PARTIE 	
La politique du tourisme.	
TITRE PREMIER. — <i>La propagande.</i>	
CHAPITRE PREMIER. — <i>La propagande touristique des pays étrangers</i>	122
CHAPITRE II. — <i>La propagande touristique française</i>	131
Section I. — Organismes de propagande	131
§ 1. — L'Office national du tourisme	131
§ 2. — Les succursales de l'Office national du tourisme	134
Section II. — Procédés de propagande	139
CHAPITRE III. — <i>Projets de réforme et réalisations</i>	142
Section I. — Nécessité de coordonner les efforts	142
Section II. — Nécessité d'établir une statistique générale du mouvement touristique en France	145
Section III. — Urgence d'un important budget de propagande touristique	150
 TITRE II. — <i>De quelques obstacles au tourisme étranger.</i>	
CHAPITRE PREMIER. — <i>Les formalités administratives</i>	160
§ 1. — Le passeport	160
§ 2. — Carte d'identité	162
§ 3. — Le titre douanier	163
§ 4. — Le permis de circulation	164
§ 5. — Le permis de conduire	165
CHAPITRE II. — <i>Les prix</i>	166
CHAPITRE III. — <i>Les taxes</i>	170
§ 1. — Taxe d'embarquement et de débarquement	171
§ 2. — Impôts sur les transports	173
§ 3. — Taxe de luxe	174
CONCLUSION	181
BIBLIOGRAPHIE	187

ERRATA

Page 28, 5^e ligne, *au lieu de* : momuments, *lire* : monuments.

Page 30, 30^e ligne, *au lieu de* : Beauguir, *lire* : Beauquier.

Page 73, 25^e ligne, *au lieu de* : et, *lire* : ou.

Page 93, 5^e ligne, *au lieu de* : susceptilles, *lire* : susceptibles.

Page 95, 7^e ligne, *au lieu de* : ne peut, *lire* : peut.

Page 176, 14^e ligne, *au lieu de* : intérêt, *lire* : impôt.

